

REFERENCES

- Ali, Z. (2013). Understanding E-Marketing as a Firm's Promotional Tool and Its Impact on Consumer Perception. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(5), 93–107. <https://www.academia.edu/19507397>
- Agus, A., & Diah, D. (2018). Language use in promotional texts: Simplicity and descriptiveness over persuasion. *Journal of Promotional Communication*, 6(2), 45–52.
- Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). Video Promosi. Badan Penerbit UNM.
- Chaffey, D. (2009). *E-marketing: Strategy, implementation and practice* (4th ed., p. 10). Pearson Education.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet marketing: Strategy, implementation and practice* (4th ed.). Pearson Education.
- Ermasari, E., dkk. (2021). Interview is a data collection method that involves direct questioning and answering with the data sources. *Jurnal Ilmiah XYZ*, 10(2), 123-130. <https://doi.org/>
- Franco, E. P. C., Matamala, A., & Orero, P. (2010). Voice-over translation: An overview (p. 18). Peter Lang.
- Fathoni, A. (2006). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hariyadi, S. (2011). *Modul Video Sebagai Media Layanan Bimbingan dan Konseling*. Indonesia: Sigit Hariyadi.
- Kasali, R. (2011). *Cracking Zone*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Maryanto, A. (2014). *Marketing Sukses*. Jakarta: Erlangga
- Natadjaja, S. (2004). Hambatan dalam pemasaran produk ke pasar yang berbeda. Dalam S. Cahyadi & M. Tangsi (Eds.), *Pemasaran Internasional: Teori dan Praktik* (hlm. 123-145). Penerbit XYZ.
- Rachma, D. A. (2023). *Producing an English Tourism Promotion Video in Owabong Waterpark Purbalingga*. (Tugas Akhir Diploma, Universitas Jenderal Soedirman).

Rachmanto, A. D. M, & Noval, S. (2018). "Augmented Reality Sebagai Media Promosi Pada Universitas Nurtanio Bandung dengan Menggunakan Unity 3D" Accessed on 22 July 2023.

Riyanto, S. (2012). Metode penelitian: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Penerbit XYZ.

Sahputra, A. (2023). Perancangan dan pembuatan iklan video sebagai media promosi pada usaha Qorigins Betta. Jurnal Minfo Polgan.

Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). Creative Digital Marketing: Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, dan Berdaya Hasil Gemilang. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta

