

PENERAPAN *AUGMENTED REALITY (AR)* PADA SISTEM *DIGITAL MARKETING* PERUMAHAN MUTIARA BARANGAN DENGAN PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING*

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi
di Program Studi Sistem Informasi S1



Oleh :

AKBAR AL ZAINI
NIM : 09031281621120

FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN *AUGMENTED REALITY* PADA SISTEM *DIGITAL MARKETING* PERUMAHAN MUTIARA BARANGAN DENGAN PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING*

SKRIPSI

Program Studi Sistem Informasi

Jenjang Sarjana

Oleh :

Akbar Al Zaini

NIM 09031281261120

Mengetahui
Ketua jurusan sistem informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

Palembang, 27 Mei 2020

Pembimbing I,



Pacu Putra S, B.CS., M.CS.,
NIP. 198912182013011201

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Akbar Al Zaini

NIM : 09031281621120

Program Studi : Sistem Informasi

Judul Skripsi : Penerapan Augmented Reality (Ar) Pada Sistem Digital Marketing
Perumahan Mutiara Barangan Dengan Pendekatan Experiential
Marketing

Hasil Pengecekan Software iThenticate/Turnitin : 12%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



Palembang, 12 Mei 2020

METERAI
TEMPEL

6FDFAAHF432983912

6000
ENAM RIBURUPIAH

(Signature)

Akbar Al Zaini
NIM. 09031281621120

HALAMAN PERSETUJUAN

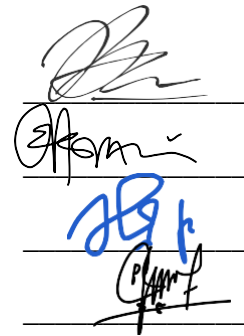
Telah diuji dan lulus pada:

Hari : **Senin**

Tanggal : **4 Mei 2020**

Tim Penguji

1. Pembimbing : Pacu Putra S, B.CS., M.CS.
2. Ketua Penguji : Endang Lestari, M.T.
3. Penguji 1 : Ahmad Rifai, M.T.
4. Penguji 2 : Putri Eka Sevtiyuni, M.T.



The image shows four handwritten signatures on horizontal lines. The first signature is black ink, the second is black ink, the third is blue ink, and the fourth is black ink.

Mengetahui,
Ketua jurusan sistem informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain” (QS: Al Insyirah: 7)

“Pada awalnya, kita membuat mimpi. Tapi setelah itu, mimpi yang akan ‘membuat’ kita”

Kupersembahkan kepada :

- ✓ *Kedua Orang Tua ku, dan adik yang saya sayangi dan banggakan.*
- ✓ *Dosen Pembimbingku dan Dosen Penguji.*
- ✓ *Sahabatku Hanum, Veni, Cempaka, Akbar, Reza, Martha, Bani, Luh dan Azzah.*
- ✓ *Teman-teman SIREG B 2016 dan Angkatan 2016.*
- ✓ *Agama dan Almamaterku.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Penerapan *Augmented Reality (Ar)* Pada Sistem *Digital Marketing* Perumahan Mutiara Barangan Dengan Pendekatan *Experiential Marketing*” sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi sarjana S1 di Jurusan Sistem Informasi Reguler Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.**

Izinkanlah saya mengucapkan rasa terima kasih yang teramat dalam kepada semua pihak. Ucapan terima kasih penulis ditujukan kepada :

1. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa restu kepada penulis.
2. Bapak Jaidan Jauhari, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Bu Endang Lestari Ruskan, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Pacu Putra Suarli, M.CS., sebagai dosen pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan dukungan, saran dan kritik dalam penyusunan laporan Skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Rifai, M.T., dan Ibu Putri Eka Sevtiyuni, M.T., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan arahan untuk menyempurnakan Laporan Skripsi penulis.

6. Semua Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, pembelajaran dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Gwan dan seluruh pegawai Perumahan Mutiara barangan atas segala bantuan, kerjasama dan memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian pada Perumahan Mutiara Barangan.
8. Kak Angga, Kak Yogi, Mbak Dwi, Mbak Rifka dan semua staf Fasilkom yang telah membantu segala proses administrasi dan kemahasiswaan.
9. Sahabat penulis Hanum, Veni, Cempaka, Luh, Azzah, Akbar, Reza, Rabbani, Martha, Kiki, St Dhiah, Arindia, Tami, Refta dan seluruh teman-teman di jurusan sistem informasi 2016.
10. Terkhusus untuk Utari Septiana Dewi, Febriekha yang telah membantu dan selalu memberikan support kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Serta Tim Anti Ngebug Sultan dan Tisa yang banyak membantu penulis dalam pengembangan diri.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada Laporan Skripsi ini, namun penulis yakin bahwa penelitian ini menjadi salah satu kebanggaan penulis dan saran kritik diharapkan untuk menjadikan laporan lebih baik.

Palembang, Mei 2020

Penulis

PENERAPAN *AUGMENTED REALITY (AR)* PADA SISTEM *DIGITAL MARKETING* PERUMAHAN MUTIARA BARANGAN DENGAN PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING*

Oleh

Akbar Al Zaini 09031281621120

ABSTRAK

Perumahan mutiara barangan adalah perumahan yang terletak di tajung barangan, Palembang, Sumatera Selatan yang dikembangkan oleh PT. Kurnia Hamusri Sukses Mandiri. Perusahaan ini menggunakan gambar dalam brosur dan miniatur rumah dalam pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan teknologi augmented reality pada sistem digital marketing untuk melihat visual rumah dalam bentuk 3D, sistem ini akan diuji dengan 5 aspek *experiential marketing* yaitu *sanse, feel, think, act, relate*. Model pengembangan sistem ini akan mengikuti alur *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* yaitu *concept, design, material collecting, assembly, testing dan distribution*. Dalam kuisisioner penelitian ini terdapat 13 pertanyaan yang berhubungan dengan pengalaman pengguna aplikasi tersebut. Dari hasil kuisisioner yang dilakukan dengan 20 responden pelanggan mutiara barangan, sistem ini dapat digunakan sebagai strategi *experiential marketing* dalam memasarkan produk perumahan.

Kata Kunci : Augmented Reality (AR) , Experiential Marketing, Digital Marketing, Perumahan

***APPLICATION OF AUGMENTED REALITY (AR) IN DIGITAL
MARKETING SYSTEMS OF MUTIARA BARANG RESIDENCE WITH
EXPERIENTIAL MARKETING APPROACH***

By

Akbar AL Zaini 09031281621120

ABSTRACT

Mutiara Barangan Residence is a residence located in Tanjung Barangan, Palembang, South Sumatra, which was developed by PT. Kurnia Hamusri Sukses Mandiri. This company uses pictures in brochures and miniature houses for marketing. This research aims to apply augmented reality technology to digital marketing systems to see home visuals in 3D, this system will be tested with 5 aspects of experiential marketing namely sanse, feel, think, act, relate. The development model of this system will follow the flow of the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) which consists of concept, design, materials collecting, assembly, testing and distribution. In this research questionnaire there are 13 questions related to the user experience of the application. From the results of a questionnaire conducted by 20 respondents of Mutiara Barangan customers, this system can be used as an experiential marketing strategy in marketing residential products.

Keywords : Augmented Reality (AR) , Experiential Marketing, Digital Marketing, Residence

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Tujuan.....	3
1.3 Manfaat	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kajian Pustaka	5
2.2 Tinjauan Pustaka	6
2.2.1 Perumahan Mutiara Barangan	6
2.2.2 Rumah.....	7
2.2.3 Digital Marketing.....	7
2.2.4 <i>Experiential Marketing</i>	8
2.2.5 Android	10
2.2.6 <i>Augmented reality (AR)</i>	11
2.2.7 <i>Unified Modeling Language (UML)</i>	11
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Objek Penelitian	17
3.2 Teknik Pengumpulan Data	17
3.2.1 Jenis data.....	17
3.2.2 Sumber data	17

3.2.3	Metode pengumpulan data.....	18
3.3	Metode Pengembangan Sistem	18
3.4	Augmented Reality	21
3.5	Gambaran Sistem	24
3.6	Pengembangan sistem	25
3.6.1	Konsep (concept)	25
3.6.2	Desain	26
3.6.3	<i>Material collecting</i>	47
3.6.4	<i>Assembly</i>	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		74
4.1	Hasil.....	74
4.2	Pembahasan	74
4.2.1	Halaman Utama	74
4.2.2	Halaman Detail rumah	75
4.2.3	Halaman Kontak	76
4.2.4	Halaman Informasi	76
4.2.5	Halaman Utama AR.....	77
4.2.6	Menu Utama AR.....	77
4.2.7	Kotak Deskripsi rumah	78
4.2.8	Platte Cat Panel dan Dinding	78
4.2.9	Tampilan buka Atap.....	79
4.3	Pengujian sistem.....	79
4.4	Distribution.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3. 1 Model pengembangan MDLC.....	19
Gambar 3. 2 <i>Marker</i> Arsitektur <i>Block Diagram</i>	22
Gambar 3. 3 Gambaran sistem	25
Gambar 3. 4 <i>Business use case Diagram</i>	27
Gambar 3. 5 Usecase diagram.....	28
Gambar 3. 6 Activity melihat augmented reality	29
Gambar 3. 7 Mengganti warna cat dinding	30
Gambar 3. 8 Mengganti warna cat panel	30
Gambar 3. 9 Menampilkan palette cat	31
Gambar 3. 10 Activity melihat daftar rumah	31
Gambar 3. 11 Melihat Informasi Rumah	32
Gambar 3. 12 Activity Menampilkan Deskripsi	32
Gambar 3. 13 Activity Membuka atap rumah.....	33
Gambar 3. 14 Activity keluar aplikasi	33
Gambar 3. 15 Sequence lihat augmented reality.....	34
Gambar 3. 16 Sequence mengganti warna cat dinding	35
Gambar 3. 17 Sequence mengganti cat panel	35
Gambar 3. 18 Sequence Menampilkan Pallette cat.....	36
Gambar 3. 19 Squance melihat daftar rumah.....	36
Gambar 3. 20 Sequence melihat informasi rumah	37
Gambar 3. 21 Sequence menampilkan deskripsi	37
Gambar 3. 22 Squance membuka atap rumah.....	38
Gambar 3. 23 Squance keluar aplikasi	38
Gambar 3. 24 Class Diagram	39
Gambar 3. 25 Story board halaman utama	40
Gambar 3. 26 Story board halaman informasi rumah	41
Gambar 3. 27 Story board halaman video.....	42
Gambar 3. 28 Storyboard halaman informasi	43
Gambar 3. 29 Storyboard halaman utama AR	44
Gambar 3. 30 Story board menu utama AR.....	44
Gambar 3. 31 Stroryboard Deskripsi	45
Gambar 3. 32 Story board <i>platte</i> cat	46
Gambar 3. 33 Storyboard buka atap.....	46
Gambar 3. 34 Membuat <i>Plane</i>	52
Gambar 3. 35 membuat material bitmap.....	53
Gambar 3. 36 gambar ke material	53
Gambar 3. 37 Menerapkan Material	54
Gambar 3. 38 membuat plane	54
Gambar 3. 39 Membuat dinding rumah	55
Gambar 3. 40 Memasukan objek rumah	55
Gambar 3. 41 Membuat Panel.....	56
Gambar 3. 42 membuat dinding atap	56

Gambar 3. 43 Membuat atap rumah.....	57
Gambar 3. 44 Memasukan <i>texture</i> genteng.....	57
Gambar 3. 45 <i>License Manager Vuforia</i>	58
Gambar 3. 46 Pembuatan <i>License Key</i>	58
Gambar 3. 47 <i>License Key</i>	59
Gambar 3. 48 Target Manager	59
Gambar 3. 49 Membuat database.....	60
Gambar 3. 50 Membuat Marker.....	60
Gambar 3. 51 Mendownload Marker	61
Gambar 3. 52 Pilihan download marker	61
Gambar 3. 53 Membuat project unity	62
Gambar 3. 54 Memasukan <i>Asset</i>	62
Gambar 3. 55 mengubah gambar menjadi button	63
Gambar 3. 56 Import Database Vuforia.....	63
Gambar 3. 57 Mengaktifkan vuforia augmented reality	64
Gambar 3. 58 membuat <i>AR camera</i>	64
Gambar 3. 59 Memasukan <i>License Key</i>	65
Gambar 3. 60 Memasukan <i>Marker</i>	65
Gambar 3. 61 Memasukan Objek rumah	66
Gambar 3. 62 membuat Antarmuka aplikasi AR.....	66
Gambar 3. 63 Mengubah <i>background button</i>	67
Gambar 3. 64 Membuat semua <i>Button</i>	67
Gambar 3. 65 Membuat <i>platte cat</i>	68
Gambar 3. 66 membuat <i>button cat</i>	68
Gambar 3. 67 Mengaktifkan <i>panel opener</i>	69
Gambar 3. 68 Mengaktifkan fungsi panel opener.....	69
Gambar 3. 69 <i>Build setting</i> android	70
Gambar 3. 70 Konfigurasi <i>export</i>	70
Gambar 3. 71 Membuat antar muka.....	71
Gambar 3. 72 Menggabungkan file project.....	71
Gambar 3. 73 Mengubah <i>AndroidManifest</i>	72
Gambar 3. 74 Mengubah <i>Android Gradle</i>	72
Gambar 3. 75 Mengaktifkan <i>Implicit Intent AR Camera</i>	73
Gambar 3. 76 Build projek ke APK.....	73
Gambar 4. 1 Halaman Utama.....	74
Gambar 4. 2 Halman detail rumah	75
Gambar 4. 3 Halaman Informasi	76
Gambar 4. 4 Halaman Utama AR	77
Gambar 4. 5 Menu utama AR	77
Gambar 4. 6 Deskripsi Rumah.....	78
Gambar 4. 7 Platte Cat rumah	78
Gambar 4. 8 Buka atap rumah.....	79
Gambar 4. 9 Aplikasi di Playstore	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Use Case Diagram.....	12
Tabel 2.2 Simbol Activity Diagram	14
Tabel 2.3 Simbol Class Diagram	15
Tabel 2.5 Sequence Diagram	16
Tabel 3. 1 Konsep	26
Tabel 3. 2 Gambar denah rumah	48
Tabel 3. 3 Gambar Button.....	49
Tabel 3. 4 Gambar <i>texture</i>	50
Tabel 3. 5 Gambar marker	51
Tabel 4. 1 Hasil Kuisisioner no 1	81
Tabel 4. 2 Hasil Kuisisioner no 2	81
Tabel 4. 3 Hasil Kuisisioner no 3	82
Tabel 4. 4 Hasil Kuisisioner no 4	82
Tabel 4. 5 Hasil Kuisisioner no 5	82
Tabel 4. 6 Hasil Kuisisioner no 6	82
Tabel 4. 7 Hasil Kuisisioner no 7	83
Tabel 4. 8 Hasil Kuisisioner no 8	83
Tabel 4. 9 Hasil Kuisisioner no 9	83
Tabel 4. 10 Hasil Kuisisioner no 10	84
Tabel 4. 11 Hasil Kuisisioner no 11	84
Tabel 4. 12 Hasil Kuisisioner no 12	84
Tabel 4. 13 Hasil Kuisisioner no 13	85

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kartu Konsultasi	A-1
Lampiran 2 Form Perbaikan.....	B-2
Lampiran 3 Validasi Kuesioner oleh Perusahaan	C-3
Lampiran 4 Contoh Kuesioner	D-9
Lampiran 5 Hasil kuesioner	F-14
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reabilitas	G-15
Lampiran 7 Dokumentasi Sidang Komprehensif.....	H-18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk menggunakan media digital (Pradiani, 2018 : 1). *Digital marketing* sudah memasuki semua sektor perusahaan, salah satunya industri perumahan. Banyak pelaku usaha perumahan menerapkan sistem *digital marketing* untuk mempermudah akses bagi pelanggan mereka. *Digital marketing* memiliki peran yang besar di industri perumahan sebagai media untuk komunikasi dan menyebarkan informasi.

Content digital marketing di Industri perumahan difokuskan pada penyebaran informasi detail properti perumahan yang ditawarkan. Akibatnya adalah perusahaan saling berkompetisi membuat *content* yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia digital. Sebuah *content* pemasaran seharusnya melibatkan pelanggan dengan cara yang lebih interaktif.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perumahan adalah perumahan mutiara barangan yang terletak di tajung barangan, Palembang, Sumatera Selatan. Perusahaan ini menggunakan media promosi atau media penyampaian informasi dengan menggunakan gambar atau objek 2D dicetak dalam brosur-brosur atau membuat sebuah miniatur perumahan yang ditempatkan di kantor mutiara barangan. Menurut lenurra dkk, dengan strategi seperti itu, Kebanyakan konsumen

tidak memiliki gambaran jelas tentang produk-produk utama hanya dengan melihat gambar dari brosur saja (Lenurra and Pratiwi, 2017).

Salah satu strategi *digital marketing* yang dapat diterapkan adalah *experiential marketing*. Dengan adanya *experiential marketing*, pelanggan akan mampu merasakan serta pelanggan akan memperoleh pengalaman secara langsung melalui lima aspek *experiential marketing* yang berupa *sense, feel, think, act*, dan *relate* (Andreani, 2009 : 1). *Experiential marketing* lebih dari sekedar memberikan informasi pada pelanggan untuk memperoleh pengalaman yang didapat dari produk atau jasa, tetapi juga membangkitkan emosi dan perasaan yang berdampak terhadap pemasaran.

Untuk mengimplentasikan *experiential marketing* dalam *digital marketing* penulis dapat memanfaatkan teknologi *augmented reality*. *Augmented Reality* dapat memberikan pengalaman unik dan mengesankan kepada pelanggan. *Augmented Reality* merupakan sebuah penggabungan objek digital dengan dunia nyata melalui kamera, bertujuan untuk menambah persepsi manusia dengan melengkapi dunia nyata dengan *object virtual* yang tampak hidup di dunia nyata (Noor dkk., 2018 : 2).

AR memungkinkan penggunaanya untuk melihat produk yang ditawarkan secara virtual. Menurut Muntahanah dkk, dengan memanfaatkan teknologi *Augmented reality (AR)*, miniatur rumah yang digunakan untuk menampilkan contoh perumahan dapat digantikan dengan perumahan 3D yang secara virtual menggunakan smartphone yang dimiliki oleh user, sehingga perusahaan properti bisa menghemat uang pengeluaran untuk membuat miniatur, karena perusahaan

tidak perlu lagi membeli atau membuat miniatur-miniatur rumah dan menggantinya dengan sistem informasi *digital marketing* yang dilengkapi dengan fitur *Augmented Reality* (AR) ini (Muntahanah, Rozali Toyib, 2017 : 3).

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membuat tugas akhir mahasiswa dengan mengangkat judul **“PENERAPAN *AUGMENTED REALITY* (AR) PADA SISTEM *DIGITAL MARKETING* PERUMAHAN MUTIARA BARANGAN DENGAN PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING*”**.

1.2 Tujuan

Dengan adanya penelitian ini. Ada beberapa tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang serta membangun sistem *digital marketing* di perumahan Mutiara barangan Palembang.
2. Menerapkan teknologi *augmented reality* pada sistem *digital marketing* residence di perumahan Mutiara barangan Palembang..
3. Mengevaluasi sistem digital marketing di perumahan mutiara barangan dengan menguji 5 aspek *experiential marketing*.

1.3 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian tugas akhir ini, antara lain adalah :

1. Memberikan daya tarik bagi pelanggan untuk melihat promosi pemasaran di Mutiara barangan Palembang.

2. Memudahkan pihak Mutiara barangan untuk melakukan pemasaran melalui sistem *digital marketing* yang sudah di bangun.
3. Mempermudah pelanggan dalam mencari informasi mengenai detail perumahan Mutiara barangan Palembang.
4. Memberikan pengalaman baru bagi pelanggan dalam menggunakan sistem *digital marketing* yang dilengkapi dengan fitur AR yang memudahkan pelanggan untuk melihat secara 3D rumah yang ditawarkan oleh Mutiara barangan Palembang, Sumatera Selatan.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini ada batasan masalah agar permasalahan yang dibahas tidak terlalu luas, serta peneliti dapat lebih fokus dalam melakukan penelitian dan pembuatan sistem informasi, adapun batasan masalah penelitian ini:

1. Penelitian memiliki fokus pada penerapan dan pengimplementasian teknologi *augmented reality* (AR) pada aplikasi sistem *digital marketing* pada perumahan Mutiara barangan Palembang.
2. Objek yang dikasi pada penelitian saat ini hanya terbatas pada perumahan yang dijual di perumahan Mutiara barangan Palembang.
3. Implementasian *augmented reality* pada aplikasi sistem *digital marketing* perumahan Mutiara barangan dapat diakses melalui *platform* android.
4. Model pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Multimedia Development life Cycle* (MDLC).

DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, F. (2009): *Experiential marketing* (sebuah pendekatan pemasaran), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, **2**(1).
- Gata, W. (2013): Modul Pembelajaran Pengenalan Unified Modeling Language (UML), *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Ginting, S. L., and Sofyan, F. (2018): Aplikasi pengenalan alat musik tradisional Indonesia menggunakan metode based Marker Augmented Reality berbasis Android, *Majalah Ilmiah Unikom*, **15**(2), 139–154.
- Kristian, H., Setiawan, H., and Kelanata, O. H. (2015): Implementasi Augmented Reality Visualisasi Rumah Berbasis Unity, *SMATIKA JURNAL*, **5**(02), 40–44.
- Lenurra, F., and Pratiwi, D. (2017): Penerapan Teknologi Augmented Reality Sebagai Media Promosi Apartemen Dengan Metode Markerless, *Seminar Nasional Cendekiawan Ke 3*.
- Li, H., Kannan, P. K., Viswanathan, S., and Pani, A. (2016): Attribution strategies and return on keyword investment in paid search advertising, *Marketing Science*, **35**(6), 831–848.
- Muntahanah, Rozali Toyib, M. A. (2017): Penerapan Teknologi Augmented Reality Pada Katalog Rumah Berbasis Android, *Jurnal Pseudocode, Volume IV Nomor 1*.
- Mustika (2018): Menggunakan Metode Pengembangan Multimedia, **8**(1), 1–14.
- Noor, I. F., Tolle, H., and Wardhono, W. S. (2018): Rancang Bangun Aplikasi Augmented Reality Pemilihan Sepatu Berdasarkan Ukuran Kaki Pengguna, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JPTIIK) Universitas Brawijaya*, **2**(4), 1675–1682.
- Prabowo, A. Z., Satoto, K. I., and Martono, K. T. (2015): Perancangan dan Implementasi Augmented Reality sebagai Media Promosi Penjualan Perumahan, *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, **3**(1), 161–170.
- Pradiani, T. (2018): Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan, *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, **11**(2 SE-Articles). <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purwana, D., Rahmi, R., and Aditya, S. (2017): Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, **1**(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Rifa'i, M., Listyorini, T., and Latubessy, A. (2014): Penerapan Teknologi Augmented Reality pada aplikasi katalog rumah berbasis android, *Prosiding SNATIF*, 267–274.

- Sanjaya, R., and Tarigan, J. (2009): Creative digital marketing, *Jakarta: Elex Media Komputindo*.
- Santoso, K. I., Hidayat, M. S., and Sunarn (2017): Rancang Bangun Aplikasi Go-Tutor Berbasis Android pada Bimbingan Belajar Rumah Pintar Magelang.
- Schmitt, B. H., and Rogers, D. L. (2008): *Handbook on Brand and Experience Management.*, Edward Elgar.
- Shalahuddin, M., and Rosa, A. S. (2013): Rekayasa perangkat lunak terstruktur dan berorientasi objek, *Bandung: Informatika*.
- Sukamto, R. A., and Shalahuddin, M. (2013): Rekayasa Perangkat Lunak, *Bandung: Informatika*.
- Suryawinata, B. A. (2010): Pemanfaatan augmented reality dalam memvisualisasikan produk perumahan melalui internet, *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, **1**(2), 758–769.
- Urva, G., and Siregar, H. F. (2015): Pemodelan UML E-Marketing Minyak Goreng, *JURTEKSI ROYAL Edisi2*.