

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, D. S. (2017). *Marketing Public Relations: di Antara Penjualan dan Pencitraan*. Dalam D. S. Ali, *Marketing Public Relations: di Antara Penjualan dan Pencitraan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- IPRA / *International Public Relations Association*. (2020). Dipetik Desember 28, 2020, dari IPRA.org: <https://www.ipra.org/>
- Kumparan.com. (2018, Januari 21). Dipetik Desember 28, 2020, dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/info-feedr-id/bisnis-jaman-now-harus-kenal-apa-itu-omni-channel-1516519253688/full>
- Matthews, D. (2016). *Special Event Production: The Process*. New York: Routledge.
- Mitra Adiperkasa, T. (2020). *PT Mitra Adiperkasa*. Dipetik November 27, 2020, dari MAP.co.id: <http://www.MAP.co.id>
- Patrick, J. (2020, Desember 27). *CNN Indonesia*. Diambil kembali dari CNNIndonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200218102114-185-475612/dilema-beli-produk-di-medsos-karena-terpengaruh-influencer>
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital: WOMM, IMC, Perilaku Konsumen, Era 4.0, Strategi-Taktik, Keintiman & Konvergensi Media*. Jakarta: Prisani Cendekia.
- Saputra, W., & Nasrullah, R. (2014). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata Publishing.
- Sephora. (2020). *Sephora*. Dipetik November 2020, dari Sephora.co.id: <http://www.Sephora.co.id>
- Yohana. (2020). *Yonulis.com*. Dipetik Desember 28, 2020, dari Yonulis.com: <https://yonulis.com/2020/03/22/pertarungan-industri-kosmetik-dengan-budaya-indonesia/>