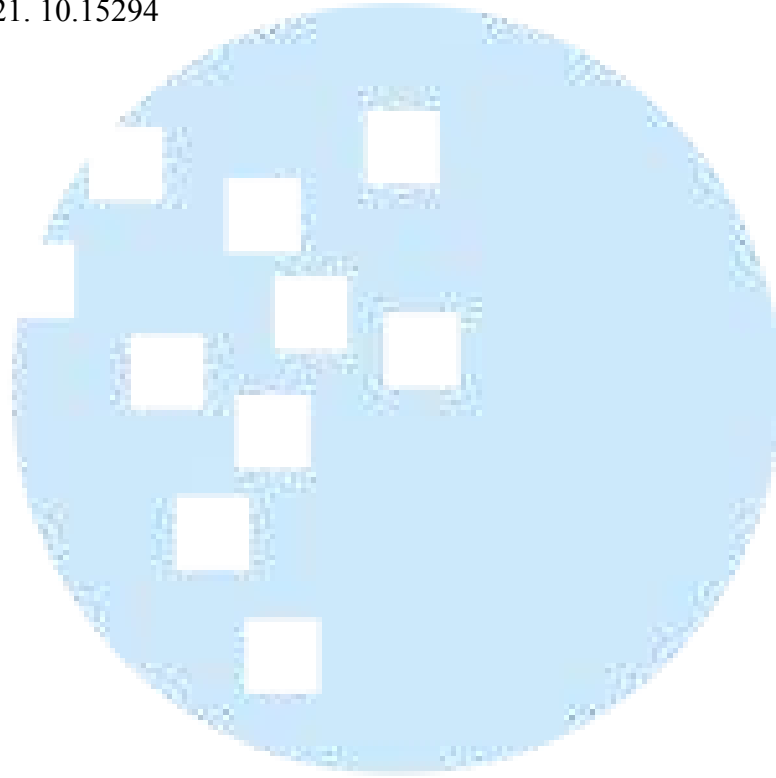


DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, I. (2022, 10 2). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM FESTIVAL JAJANAN BANGO: Studi Kasus PT. Unilever di Sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 2(2), 26-38.
- Aritonang, F. K., Prihatini, A. E., & Budiatmo, A. (2023). PENGARUH KENYAMANAN PUSAT PERBELANJAAN DAN TENANT PENGISI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOTA KASABLANKA MALL JAKARTA. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 465-474.
Retrieved 5 28, 2024, from : <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Auliya, S. P. (2022). EVENT MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN KAYN LABEL. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2), 1 - 18. Retrieved April 22, 2024, from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7577>
- Firmansyah, D. M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Santoso, R. E. (2015, 8 2). ONBOARDINGKARYAWAN BARU, PERLUKAH? *Jurnal Psikosains*, 10(2), 139-147. Retrieved 5 28, 2024, from <https://journal.umg.ac.id/index.php/psikosains/article/view/239/240>
- Sumarni, W., & Kadarwati, S. (2020, March 31). ETHNO-STEM PROJECT-BASED LEARNING: ITS IMPACT TO CRITICAL AND

CREATIVE THINKING SKILLS. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 9(1),

11-21. 10.15294



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA