

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, W., Fitriani, D., & Purba, L. K. N. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, Vol. 1, 1*, 7–12.
- Angellia, & Oktavianti, R. (2023). *Strategi Marketing Public Relations Bioskop Drive-In dalam Membangun Brand Image Perusahaan. Vol. 7, No. 1*, 22–30.
- Aryani, D., & Fatmawati. (2021). Strategi Marketing Public Relations Butik zaskia Sungkar dalam Memasarkan Busana Muslim. *Jurnal Keuangan, Ekonomi, Dan Bisnis Syariah , Vol 3 No 2*.
- Bogdan, R., & Tylor, S. (1993). *Kualitatif: Dasar-Dasar Penelitian*. Usaha Nasional .
- Creswell, J. W., Lazuardi, A. L., & Qudsy, S. Z. (2015). *Penelitian kualitatif & desain riset : memilih diantara lima pendekatan*. Pustaka Pelajar.
- Dida, S., Utami, S. P. C., & Prastowo, A. A. (2017). Strategi Marketing Public Relations NET TV dalam membangun Brand Awareness Melalui Aplikasi Netverse. *Jurnal Ilmu Komunikasi , Vol 1, No 1*, 61–75.
- Evita, & Setyanto, Y. (2019). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di PT. Bach Multi Global. *Jurnal Ilmu Komunikasi , Vol. 2 No. 2*.
- Fiantika, F. R. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Y. Novita, Ed.; 1st ed.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media, Ed.; 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media .
- Giannini, G. (2010). *Marketing Public Relations: A Marketer's Approach to Public Relations and Social Media* (1st ed.). Prentice Hall.
- Goldblatt, J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (2009). *Competing Paradigms in Qualitative Research*. Sage Publications.
- Hartono, N. A., Dida, S., & Hafiar, H. (2016). PELAKSANAAN KEGIATAN SPECIAL EVENT JAKARTA GOES PINK OLEH LOVEPINK INDONESIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 10, No 2*, 161–172.

- Jenty, F., & Setyanto, Y. (2019). Pemanfaatan Event sebagai Upaya Public Relations dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi pada PT. XYZ sebagai pendukung kegiatan Asian Games 2018). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, 320–324.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mulyana, D., & Solatun. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Alfabeta.
- Nurhaliza, S., & Kusuma, Y. B. K. (2024). Pengaruh Event Marketing Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Brand Implora Di Event Social Chic Surabaya 2023. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol. 5 No. 1, 1306–1316.
- Rianto, P. (2020). *Modul Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Penerbit Komunikasi UII.
- Smith, R. (2017). *Strategic Planning for Public Relations* (5th ed.). Routledge.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwanto. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual* (E. Suryadi, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Waluyo, D. (2023, December 3). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. <https://Indonesia.Go.Id/Kategori/Editorial/7804/Fenomena-Cantik-Industri-Kosmetik?Lang=1>.
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.; 1st ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Waris, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (N. Yuliaty, Ed.; 1st ed.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Yin, Robert. K. (2014). *Studi kasus : desain & metode*. RajaGrafindo Perkasa.