

DAFTAR PUSTAKA

- Amenan, A. (2022, 9 2). *Persaingan Produk Kebutuhan Ibu dan Anak Semakin Sengit*. Diambil kembali dari beritasatu.com: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/972123/persaingan-produk-kebutuhan-ibu-dan-anak-semakin-sengit>
- Angelia, C. R., & Susilo, D. (2023). *Endorser, Influencer, Instagram: Imaji Konsumsi di Era Digital*.
- Byrne, E., Kearney, J., & MacEvilly, C. (2017). The Role of Influencer Marketing and Social Influencers in Public Health. *Proceedings of the Nutrition Society*, 76(OCE3), 2017. <https://doi.org/10.1017/s0029665117001768>
- Backaler, J. (2018). *Digital Influencer Unleash The Power of Influencer Marketing to Accelerate Your Global Business*.
- Cantika, A. (2023, Juli 14). *Pentingnya Peran Influencer dalam Aktivitas Pemasaran*. Diambil kembali dari <https://sisi.id/stories/insight/pentingnya-peran-influencer-dalam-aktivitas-pemasaran/>: <https://sisi.id/stories/insight/pentingnya-peran-influencer-dalam-aktivitas-pemasaran/>
- Chen, J., Zhang, Y., Cai, H., Liu, L., Liao, M., & Fang, J. (2024). A Comprehensive Overview of Micro-Influencer Marketing: Decoding the Current Landscape, Impacts, and Trends. *Behavioral Sciences*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/bs14030243>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Mixed Methods Procedures. In Research Defign: Qualitative, Quantitative, and Mixed M ethods Approaches*.
- Daniera, D. (2023, Maret 5). *Industri Event Mulai Bangkit, Pelaku Usaha Mengaku Belum Balik Modal*. Diambil kembali dari liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5223948/industri-event-mulai-bangkit-pelaku-usaha-mengaku-belum-balik-modal?page=3>
- Haqi, S. B., & Syafganti, I. (2020). Strategi Pemilihan Media Partner dan Influencer Dalam Penyelenggaraan Pameran CRAFINA 2019. *Bisnis Event*, 1(3), 78–85. <https://doi.org/10.32722/bev.v1i3.5411>
- Hardini, R., Iffa Nurani, M., Larasayu, F., & Permana, E. (2023). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer di media sosial instagram pasca pandemi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 134–148. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8718>
- Leonardo Wiyanto, N., Amin, S., & Sauqi, A. (2023). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Nasi Kulit Pas Kantong Di Kota Jember Menggunakan Influencer

Melalui Media Sosial Instagram. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 4(1), 108–121.
<https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v4i1.913>

Levin, A. (2019). Influencer Marketing for Brands: What YouTube and Instagram Can Teach You About the Future of Digital Advertising. In *Influencer Marketing for Brands: What YouTube and Instagram Can Teach You About the Future of Digital Advertising*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-5503-2>

Mediana. (2023, Mei 22). *Ada 3.000 Acara Tahun Ini, Potensi Ekonominya Rp 162 Triliun*. Diambil kembali dari Kompas.id: https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/05/22/3000-event-hadir-di-indonesia-sepanjang-2023?status=sukses_login&status_login=login&loc=hard_paywall

Mega Aggriany, Z., Damayanti, R., Rizky Ramadhani, K., Aditya, N., Winanti, R., Dakwah dan Komunika, F., & Komunikasi dan Penyiaran Islam, J. (2023). Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Influencer Marketing Sebagai Strategi Public Relations Pada Produk Kecantikan MS Glow. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3, 665–674. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i3.2747>

Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Irjus, I. (2020). *Digital Marketing*.

Noor, A. (2017). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.

Nuzulia, A. (2020). 濟無No Title No Title No Title. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Pamela, D. A. (2023, Desember 1). *Berakhir Pekan di IMBEX 2023, Ada Lebih dari 500 Brand hingga Ragam Aktivitas Seru untuk Ibu Hamil dan Anak*. Diambil kembali dari liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5469970/berakhir-pekan-di-imbex-2023-ada-lebih-dari-500-brand-hingga-ragam-aktivitas-seru-untuk-ibu-hamil-dan-anak>

Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. In *Insania* (Issue September).

Roni, J., Kholik, A., & Budianto, I. R. D. (2023). Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital dan Kolaborasi Influencer dalam Meningkatkan Kesadaran Merek. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2(2), 422–429. <https://jurnal.minartaris.com/index.php/jemb/article/view/1404/1236>

- Septyan, D. A. (2022, September 8). *Ragam Event Pameran Nasional*. Diambil kembali dari ukmindonesia.id: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/ragam-event-pameran-nasional>
- Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisyah, V. (2020). ANALISIS MANAJEMEN EVENT (Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019). *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.1068>
- Ummah, F. (2023, Agustus 11). *Event Marketing: Wadah Promosi dengan Bangun Kedekatan Pelanggan*. Diambil kembali dari marketeers.com: <https://www.marketeers.com/event-marketing-wadah-promosi-dengan-bangun-kedekatan-pelanggan/>
- Wardani, S., & Siaha Widodo, A. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Influencer Marketing Pada Online Shop Ziyadah.id di Depok*. 19(1), 273–289. file:///C:/Users/Asus/Downloads/18.+Surti+Wardhani.pdf
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. In *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Vol. 53, Issue 5). <https://doi.org/10.1177/109634809702100108>

