

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, D., & Fathurrohman, F. (2020). Kegiatan Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *Jurnal Soshum Insentif*, 8–17. <https://doi.org/10.36787/jsi.v3i1.199>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Destanti, F., Uljanatunnisa, U., & Handayani, L. (2021). Analisis The Whalen Seven Steps Strategic Divisi Komunikasi dan Marketing Jakarta Smart City pada Aplikasi Jakarta Kini. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(2), 84. <https://doi.org/10.31504/komunika.v10i2.4406>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>
- Hurdawaty, R., & Pusphanjali, P. (2022). Event MICE Sebagai Daya Tarik Pengunjung. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i1.27783>
- Kanneth, C., & Donald Bacck. (2022). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Global Edition by Kenneth Clow, Donald Baack. In *Kenneth Clow, DOnald Bacck*.
- Mucjal, A. A. (2021). Pengembangan E-Commerce Vendor Dan Event Organizer Berbasis Website Dengan Metode Waterfall. *Universitas Islam Indonesia*.
- Prabowo, N. R. (2021). *Manajemen Komunikasi Matapanah Communication Ngawi Sebagai Event Organizer Dalam Penyelenggaraan Special Event*. 27–28. [http://etheses.iainponorogo.ac.id/17072/%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/17072/1/E-Thesis Nurik.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/17072/%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/17072/1/E-Thesis%20Nurik.pdf)
- Siregar, A. P., Maharani, K., Sari, A. R., Cakranegara, P. A., Meliantari, D., & Kusnadi, I. H. (2022). Analisis Brand Identity dan Implementasi Peran Marketing Communication di Pasar Musik Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5960–5971. <https://journal.upy.ac.id/index.php/pla/article/view/4096/2582>
- Suci, D. M., Akramiah, N., & Subagio, D. P. W. (2024). Peran Special Event Dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal EMA*, 8(2), 190. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i2.39>