

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyana Salbiah, N. (2022, Januari 26). *Berkat WFH, Miliki Hewan Peliharaan Jadi Tren Selama Pandemi* JawaPos. <https://www.jawapos.com/lifestyle/01366566/berkat-wfh-miliki-hewan-peliharaan-jadi-tren-selama-pandemi>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2024). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (Edisi ke-12). New York: McGraw-Hill Education.
- Brennan, R., Canning, L., & McDowell, R. (2020). *Business-to-business marketing* (5th ed.). Sage Publications.
- Bowdin, G. A. J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'Toole, W., & McDonnell, I. (2023). *Events management* (Edisi ke-4). London: Routledge.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran* Edisi ke-1). Indonesia: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hartono, N. A., Dida, S., & Hafiar, H. (2016). Pelaksanaan kegiatan special event Jakarta Goes Pink oleh LovePink Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 165-171. <https://doi.org/10.21107/komunikasi>
- Khafidhoh, N. H., & Hartono, B. (2023). Pengaruh event, iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk shopee di semarang. *Jurnal Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 3(1), 188-189. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- Lestari, W. S. B., Hidayati, R. K., & Sofiawati, S. (2023). Pengaruh sales promotion terhadap keputusan pembelian produk baterai energizer. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 62. <https://ojsfikom.mputantular.ac.id/index.php/fikom/index>
- Maharani, L., Mustikasari, A., & Nellyaningsih. (2020). PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS: PT YAMAHA,2020). *Tel-U Collection*, 6(2), 1200. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/162217/pengaruh-event-marketing-terhadap-keputusan-pembelian-studi-kasus-pt-yamaha-2020-.html>
- Makarim, S. A., & Nugraha, B. K. (2023). Pengaruh sales promotion terhadap keputusan pembelian pada CV. Fuji Mebel Sukamantri Ciamis. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(1), 220. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1044>
- Ndlovu, S. G., & Vezi-Magigaba, M. F. (2024). *Brand awareness: Recent advances and perspectives* (Edisi ke-1). London: IntechOpen.
- Nurhaliza, S., & Kusuma, Y. B. (2024). Pengaruh event marketing dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada brand Implora di event Social Chic Surabaya 2023. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1315. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4146>
- Rahmadani, D. A., & Roni, M. (2022). Pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap kesadaran merek lemari es. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(3), 932. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.579>
- Rita, & Nabilla, S. F. (2022). Pengaruh social media advertising dan event marketing terhadap brand awareness dan dampaknya pada purchase

- intention produk Tenue de Attire. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah (JESYA)*, 5(1), 435–450. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.606>
- Sarah Jauhari, S. (2023, November 25). *Kucing Capres jadi Sorotan Warganet, Apa Hewan Peliharaan Mayoritas Masyarakat Indonesia?* GoodStats Data. https://data.goodstats.id/statistic/kucing-capres-jadi-sorotan-warganet-apa-hewan-peliharaan-mayoritas-masyarakat-indonesia-KSKLn#google_vignette
- Sharma, F. C. (2023). *Fundamentals of marketing* (Edisi ke-1). India: SBPD Publishing House.
- Tafarannisa, M. A., Nursilah, & Haerudin, D. (2021). Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom Di Masa Pandemi Covid- 19 *Jurnal Seni Tari*, Vol. 10 (2), 170. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ist>
- Teguh, P. P., Novel, N. J. A., & Arisandi, N. F.. (2024). EVENT MARKETING DAN SOCIAL MEDIA PADA BRAND READY TO WEAR "BERTJORAK" BANDUNG. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, vol. 6 (3), 180. <https://jurnal.unpad.ac.id/responsive/article/view/51585/21903>
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in The Digital Era edisi Indonesia* (Edisi ke-1). Indonesia.
- . (n.d.). *About Us*. Summarecon Mal Serpong. <https://www.malserpong.com/information/about>

