

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, R. P., Zainuddin, F., & Husnah. (2024). Analisis Dampak Pelaksanaan Kegiatan Event Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah Indonesia. *Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 69–78.
- Adinata, P. V., Cahyaningrum, B. N., Margaretha, B. Y., & Putra, N. K. (2025). Peran Event Marketing, Sosial Media Marketing, dan Content Marketing Terhadap Minat Beli. *BIP's Jurnal Bisnis Perspektif*, 17(1), 80–92. <https://doi.org/10.37477/bip.v17i1.694>
- Altrak, S., & Amin, M. (2021). Peran Literasi Keuangan dalam Memediasi Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Orang Tua terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2), 143–155. <https://doi.org/10.35968/jmk.v13i2.753>
- Altrak, S., & Amin, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Financial Technology, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Economic Education Analysis Journal*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v11i1.48462>
- Altrak, S., & Ghozali, I. (2021). Determinants of Financial Management Behavior: The Moderating Role of Financial Technology. *Journal of Management and Business Review*, 18(3), 478–492. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i3.264>
- Altrak, S., & Ghozali, I. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*, 14(2), 147–158. <https://doi.org/10.35914/jime.v14i2.602>
- Kholik, A., Ramadhani, A. N., Rowi, D. A., & Ramadhany, M. A. (2020). Special Event Management Dalam Membangun Social Identity. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 217–226. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.020.06>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-12, Jilid I). Erlangga.

- Meltareza, R., Pingkan, V. O., Melati, G. S., & Rahmansyah, A. (2024). Implementasi Komunikasi Organisasi Pada Panitia Lomba Event Nasional. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 129–138.
- Mining Expo. (2025). *The Largest Mining Equipment Exhibition In The Region*. [Www.Mining-Indonesia.Com](https://www.mining-indonesia.com/). <https://www.mining-indonesia.com/>
- Santika, A. N. (2024). Strategi Public Relations Dalam Membangun Keterlibatan Masyarakat Pada Event Kebumen International Expo 2023. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(3), 625–644.
- Setiawan, R., Wibisono, D., & Purwanegara, M. S. (2022). Defining Event Marketing as Engagement-Driven Marketing Communication. *International Journal of Business*, 24(2), 21–30.
- Sumita, M. I. (2024). *Perancangan UI/UX dan Front End Website Modul Request WIFI pada PT ALTRAK 1978*. Universitas Pembangunan Jaya.
- Suryana, P. (2022). Event Marketing Strategy in Increasing Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia (JEAMI)*, 1(1), 35–42. <https://doi.org/10.58471/jeami.v1i01.529>
- Syarif, M. I., Suhairi, & Aisyah, S. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement. *Jurnal Ekonomi*, 30(1), 48–70. <https://doi.org/10.24912/je.v30i1.2935%0A>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A