

DAFTAR PUSTAKA

- Affan Al Farabi, M., Musseng, A., Hadidu, A., & Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar, S. (2020). *Pengaruh Jasa Event Organizer Terhadap Kepuasan Pelanggan Analisis Pengaruh Jasa Event Organizer Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Double Helix Makassar*. 1–7.
- Anggraini, V. (2019). *Efektivitas Pelaksanaan Strategi Event Marketing dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu*. 1–88.
- Auliya, S. P. (2021). Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, d, 18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7577>
- Dwiyanti, n. (2023). *Analisis Pengaruh Event Marketing, Flash Sale, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kabupaten Karanganyar*. 31–41.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Firdailla, N., & Haerani, H. (2021). The Influence of Social Media and Event Marketing on Buying Interest in Pyukanau Official. *International Socio-Cultural Scientific Journal*, 3.
- Fitri, T. S. N. (2018). Event Marketing Urban GIGS Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pproduk GG MILD Di Pekanbaru. *Jom Fisip Unri*, 5(Januari-Juni), 3–14.
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2021). *Event Marketing*. In *Managing Sport Event s*. <https://doi.org/10.5040/9781718206731.ch-006>
- Hardianti, I. P. (2020). *Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Intervening Pada Toko Buku Togamas Margorejo Surabaya Skripsi Oleh : Ike Putri Hardianti Nim : G73216039 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. 9–94.
- Importir, P. T., & Pratama, W. (2020). Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Rekaman*, 4(2), 316–327.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.
- Irawan, M. R. N. (2019). *pengaruh harga, kualitas, produk dan promosi terhadap minat beli di monstrack original galaxy bekasi*. 7–21.
- Kholifah, K. (2022). Pengaruh Kualitas Fungsional Dan Citra Perusahaan Terhadap Word of Mouth Communication Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Seniorita Bakeshop. *Journal of Digital Business and Management*, 1(2), 63–77. <https://doi.org/10.32639/jdbm.v1i2.188>

- Kusumawati, N. A. (2021). "Pengaruh Importance Location, Store Atmosphere, Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Distro Divine Cloth Ponorogo" (Studi Kasus pada Pelanggan Distro Divine Cloth Ponorogo). 4(1), 1–23.
- Kuswardani, R., Yuniarti, N., & Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Berkunjung Ke Event Edu Expo (Studi Kasus: Event Skafourta Expo Yogyakarta). 2(1), 2986–2507.
- Lucyani, D. (2019). peran PR Plaza Ambarrukmo dalam manajemen event JFF 2019. *Journal Information*, 10(3), 1–16.
- Maharani, L., Mustikasari, A., & ... (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT Yamaha, 2020). *EProceedings ...*, 6(2), 1198–1201.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/12095%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/viewFile/12095/11916>
- Mangi, i. M. D. (2021). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Bersubsidi Rei Expo Ntt. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.
<http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspac.e.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Maranisya, U., Delen, K., Leonard, R., Putri, M. E., Puspita, T. D., Kusmayanti, T., & Achmad, V. S. (2023). Pengaruh Kualitas Penyelenggaraan Acara Musik Terhadap Kepuasan Penonton Konser NCT 127 NEO CITY : JAKARTA – THE LINK. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 267–270.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.57972>
- Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. V. J., Kualitas, P., Terhadap, L., Pelanggan, L., Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. V. J., Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. 10(4), 44–51.
- Nuraeni, L., & Hadita. (2022). The Effect Of Event Marketing On Purchase Decisions Through Purchase Interest In Tokopedia Marketplace (Case Study On Tokopedia Event Photocard Program). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 3(4), 360–369.
<https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4.1397>
- Parameswari, R. (2022). Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020. *Skripsi*.
- Razali, G., Nikmah, M., Sutaguna, I. N. T., Putri, A. N., & Yusuf, M. (2023). The Influence of Viral Marketing and Product Quality On the Purchase Decisions. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6889.

- Sri Intan, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Cemara Park Residence*.
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2021). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Sya'ban, A. Z. N. (2022). *Pengaruh event dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian diamonds mobile legends dengan variabel motivasi sebagai mediasi: Studi pada konsumen* <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/46183%0Ahttp://etheses.uin-malang.ac.id/46183/1/18510130.pdf>
- Veronika, V., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1272>
- Wiza, T., & Suryawardani, B. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt . Dealpro Indonesia Tahun 2020 the Effect of Event Marketing on Consumer Loyalty on Pt . Dealpro Indonesia Year 2020. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 2809–2817.