

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Slamet. Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Makan Lukito Temanggung dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen (Skripsi Sarjana, Prodi Ilkom, Yogyakarta: UPN Veteran, 2012).
- Agus, Hermawan. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Alfabet.Ulumuddin, ‘*Jurgen Habermas Dan Hermeneutika Kritis*’, Hunafa, Bandung: 2006.
- Amirullah, *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015
- Arni, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali, 2010.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* Jakarta: Rajawali, 2011.
- Darmadi, Durianto. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004
- De Keizer, Donny Perdana. ‘Event Organizer Sebagai Peluang Wirausaha’, *Humaniora*, 2.1 2011.
- Diana, Anastasia. *Mengenal E-Business*. Yogyakarta: 2001.
- Donald, Getz. *Event Studies Theory, Research and Policy for Planned Events*. USA, 2007.
- Eka. Aga, *Integrated Marketing Communicati* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Firmansyah, Anang. *Komunikasi Pemasaran*, Pasuruan: Qiara Media, 2020.
- Firmansyah, Dr. M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merk Planning & Strategy*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Komunikasi Pemasaran* Pasuruan. CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
- Hanif, Muhammad dan Februr Rozi. “Strategi Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang” *Journal of Communication and Society* 1.00 (2002)

- Hariani, Firi Oktavia. "Analisis Manajemen Event Wedding Organizer Di Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta", Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana." Vol 16 No. 2 (Maret 2021).
- Hariani. *Analisis Manajemen Event Wedding Organizer*. Jakarta :2021
- Keller, Kotler. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2009).
- Kusuma, Diana Fitri and Mohamad Syahriar Sugandi, "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts" *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol. 3 No. 6. (Juni 2018).
- M,A, Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Prenada Media Group, 2010.
- M.A, Morissan. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Prenada Media Group, 2010
- Melati. "Segmentasi Pelanggan pada Bisnis Wedding Organizer", *Binus Business Review*. Vol. 1, No. 2, (Juni 2010).
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. Rosda Karya, 2012.
- Philip, Kotler Waldemar Pfoertsch, *B2B Brand Management*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2006.
- Prasetyo, Tulus Dwi and Bambang Mursito. "Metodologi Penelitian"(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta, 2020).
- Puspasari, Novera Annisa dan Tanti Hermawati. "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus pada Media Pemasaran Instagram Batik Puspita Ayu)" (Skripsi Sarjana, Prodi ILKOM, Surakarta : Universitas Sebelas Maret, 2020).
- Putri, Fretika dan I Gusti Ngurah Widyatmaja. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pengelola Manajemen Villa di Bali Coconut Living" Vol. 3, No.1 (Bali : Universitas Udayana, 2019).
- Rijali, Ahmad. *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali*. Banjarmasin: 2018.
- Rosady, Ruslan. *Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada, 2000.

- Rugaya, and Sudirman, “Efektifitas Pelaksanaan Kursus Calon Pengantin (Studi Pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar)”, *Jurnal Tomalebbi*, Vol. 4, No. 1, (April 2016).
- Safitri, Nurul Aini, “Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen, Melalui Media Sosial” Vol. 11, No. 2, (Skripsi Sarjana, Prodi Perbankan, Madura: Universitas Trunojoyo Madura, 2017)
- Safitri, Nurul Aini, “Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial” Vol. 11 No. 2 (Skripsi, Sarjana, Prodi Ilkom : Universitas Trunojoyo Madura. 2017).
- Sari, Diaz.”Strategi Pemasaran Markem Wedding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen *di Kota Pekanbaru*” (Skripsi Sarjana, Prodi Komunikasi Riau : Universitas Riau, 2020).
- Sari, Nilam. “Narasi Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Filosofi Kopi”. (Skripsi Sarjana, Prodi Komunikasi, Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2018).
- Sariani, Nia Luh Putu. “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Bhr Law Office” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol.2, No. 2, (September 2020).
- Sugiyono. *Metode Penelitian : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: 2007.
- Sulaksana, Uyung, *Integrated Marketing Communication : Teks dan Kasus Yogyakarta*: 2005.
- Sumardy. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Suryanto, Mohammad. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: 2007.
- Wijayanto, Dyan. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2010.