

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, P., Brigita N., Betchy., & Nicko, K. (2025). Peran Event Marketing, Sosial Media Marketing, Dan Conten Marketing Terhadap Minat Beli. *Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's)*.
- Alfisyahr, Rizal,. (2021). *Manajemen Penjualan*. Malang: UB Press.
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran* . Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Arif, M., & Sandy, A. (2022). Dampak Perilaku Komunikasi Pemain Game Mobile Legends Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Journal of Intercultural Communication and Society*, 1.01 . <<https://journal.rc-communication.com/index.php/JICS/article/view/30>>.
- Arsyad, F. (2024). Analisis Strategi Event Marketing “Melawai Morning Essential” Kopi Kelana Bersama Komunitas Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Konsumen. Universitas Bakrie .
- Candra, Y. (2023). *Event Marketing, E\_WOM, Citra Merek Terhadap Niat Beli: Konsep Dan Aplikasi* .Jakarta: CV. Intelektual Manifes Media.
- Dharsana, M. (2024). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: K-media.
- Faustyna. (2024). *Marketing Public Relations*. Medan: UMSU Press.
- Fiantika, F. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* . Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Gunawan, D. (2025). *Efektivitas Event Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Minat Konsumsi Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Syariah (Studi Event Beauty Class Yang Dilaksanakan Wardah Beauty Lampung)*. Universitas Negeri Raden Intan Lampung.
- Indra, G., Daud. Alisya, P., Arif, M., & Wandl. (2024). Peran Turnamen Mobile Legends Dalam Meningkatkan Pendapatan Cafe Primadona, Talang Babat, Muara Sabak. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 11.2 (2024).
- Lestari, M. (2021). *Public Relations Event(Membangun Image, Reputasi, Dan, Understanding*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Luthfiyah. (2017). *Metode Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, Dan Studi Kasus)*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulawarman, L., Lalu, J., & Ridha, N. (2023). Efektivitas Strategi Event Marketing Untuk Keberlanjutan Bisnis E-Commerce, *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*. <<https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>>.

- Nasution, A,. (2022). *Manajemen Pemasaran Syariah Dab Konvensional*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Novita, A., Risky, N., & Iswatul, S. (2021). Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Kedai Kopi Ledokan Di Binangun Blitar. *Jamanta : Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unita*. doi:10.36563/jamanta\_unita.v1i1.419
- Novitasari, D. (2021). *Upaya Peningkatan Volume Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Optimalisasi Promosi, Harga, Dan Saluran Distribusi Pada Pusat Oleh- Oleh Gudange Tahu Takwa*. Universitas Nusantara, Pgri Kediri, Jl Kh, Achmad Dahlan, and others,.
- Patricia, C., & Nur, A. (2024). Strategi Pemasaran Event Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada PT . Pegadaian Cabang Palembang. *Journal Of Social Science Research*.
- Putra, P. (2018). *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Putri, R., Budiyono, B., & Wawan, K. (2021). Dampak Game Online Mobile Legends Terhadap Perilaku Remaja. *Antropocene : Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*. doi:10.56393/antropocene.v1i1.16
- Putri, V., Amelia, A., & Yudhinanto, C. (2023). Pengaruh Event Marketing, Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Minat Beli Motor Nmax Pada Yamaha Lautan Teduh Kedaton. *Seminar Nasional-Universitas Borobudur*.
- Ramadhayanti, A. (2023). Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication Dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan. *Manajemen Dewantara*. doi:10.30738/md.v7i1.14333.
- Riza,l A., Arda ,S., Arinda, P., Wirahandy, E., & Arief, F. (2024). Membangun Solidaritas Melalui Turnamen Esports Mobile Legends Di Komunitas Gaming Pedesaan. *Journal Of Social Science Research*.
- Rosmita, E. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif* . Padang: CV Gita Lentera.
- Safayani, A. (2023). Event Marketing Kolaborasi Sebagai Komunikasi Pemasaran Fabriek Bloc Dalam Mempopulerkan Creative Hub Di Kota Padang.Universitas Andalas. *Journal Of Social Science Research*.
- Salsabila, A. (2023). Pengaruh Event Marketing “Erigo New York Fashion Week 2022” Pada Live Streaming Erigo X Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Erigo X Di Marketplace Shopee. *The Commercium. Journal Of Social Science Research*.. doi:10.26740/tc.v7i2.56274.
- Skadinavion, D. (2022). *Kolaborasi Content Marketing Dan Event Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Wisata Korea Fantasy Kediri*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.Universitas Nusantara.<http://repository.unpkediri.ac.id/5133/%0Ahttp://repository.unp

kediri.ac.id/5133/3/RAMA\_61201\_18102020235\_0716086403\_0715106203\_01\_front\_ref.pdf>

Steve, M. (2021). *Smart Event Marketing (Smart Business Philosophy)*. Canada: Silk Road Publishing.

Sularso, A. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata Dan Indikator Pengukuran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.

Sulistiyawati, (2018). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV K-Media.

Syahsudarmi, S. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru. *Jurnal Development*. <<http://jurnal.umjambi.ac.id/index.php/JD/article/view/74>>

Wibowo, A. (2018). *Pengantar Marketing (Seni Menjual Produk Bisnis)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Wibowo, A. (2024). *Strategi Penjualan B2B*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.