

DAFTAR PUSTAKA

- Abdatillah, A., & Hamida, U. D. (2022). Peran Promosi Online Shop Instagram dalam Menarik Minat Beli Produk Skincare di KDKoreamask Kediri. *Istithmar*, 6(2), 84-95.
- Aini, I. A. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran Adipati Wedding Organizer dalam meningkatkan brand awareness di Kota Kediri* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Kediri.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2019). *Manajemen bisnis syariah*. Alfabeta.
- Amirullah. (2022). *Metode & teknik menyusun proposal penelitian*. Media Nusa Creative.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jejak.
- Athahara, G. (2023). *Strategi pemasaran pada Perusahaan Jambi Event Organizer* (Skripsi). Universitas Jambi.
- Basu Swastha, & Irawan. (2020). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Bayanuloh, I. (2019). *Marketing syariah: Sebuah disiplin bisnis strategi yang sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam* (Cetakan ke-2). Deepublish.
- Budiati, P. L., & Akhiria, T. (2021). Pengaruh strategi bauran promosi terhadap volume penjualan jasa konveksi pada CV Anugerah Sandang Aadi Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1).
- Creswell, J. W. (2016). *Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (A. Fawaid & R. K. Pancasari, Penerj.). Pustaka Pelajar.
- Dengah, A. B. (2023). Efektivitas implementasi strategi pemasaran hubungan masyarakat pada perusahaan asuransi di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4).
- Effendi, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2022). *Humas: Suatu studi komunikologis*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fawaid, M. W., & Utama, Y. Y. (2022). Optimasi Strategi Marketing Mix untuk Meningkatkan Omzet UMKM CV Putra Tanjung Nganjuk. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa (JPMD)*, 3(1), 7-19.

- Getz, D. (2017). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Oxford UK
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Kertajaya, H. (2017). *Hermawan Kertajaya on marketing*. PT Gramedia.
- Kertajaya, H., & Sula, M. (2016). *Syariah marketing*. PT Pustaka Mizan.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2016). *Pemasaran jasa jilid 1: Manusia, teknologi, strategi (Perspektif Indonesia)*. Erlangga.
- Lucas Subagyo, & Zaini, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi online jasa EO (Ms. Entertainment) dalam membangun brand awareness di Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 1–4.
- Luthfi, A., et al. (2022). *Metodologi penelitian ekonomi*. Insan Cendekia Mandiri.
- Majid, A. (2017). *Analisis data penelitian kualitatif*. Aksara Timur.
- Morissan. (2020). *Komunikasi pemasaran terpadu*. Prenadamedia Group.
- Mulyadi. (2020). *Akuntansi biaya* (Edisi ke-5). Aditya Media.
- Novitasari, M., & Febrian, M. H. (2024). Praktik Bisnis Syariah pada UMKM Keripik Jamur 55 di Kelurahan Tempurejo, Tempurejo, Pesantren Kota Kediri. *Aktualisasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 7-14.
- Rivai, V. (2022). *Islamic marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen public relations & media komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada
- Saputra, W., & Nasrullah, R. (2021). *Public relations 2.0: Teori dan praktik public relations di era cyber*. Gramata Publishing.
- Sari, A. (2022). *Peran strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan produk menurut perspektif Islam (Studi kasus pada distributor Jilbab Khaira Hijab Kediri)* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Kediri.
- Shimp, T. A. (2023). *Periklanan promosi: Aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. Erlangga.
- Siswanto, B. (2022). *Hubungan masyarakat: Teori dan praktek*. Bumi Aksara.

Sobur, A. (2018). *Filsafat komunikasi: Tradisi dan metode fenomenologi*. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kombinasi*. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi penelitian*. Pustaka Baru Press.

Sunyoto, D. (2023). *Manajemen pemasaran*. Buku Seru.

Weny, S. Y. (2023). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 –2022). *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan (Bijak)*, 5(1), 90-110.

Wikipedia diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/KotaKediri> tanggal 19 April 2025

Yulianah, R. (2021). *Pengaruh digital marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen dalam perspektif etika bisnis Islam (Studi kasus konsumen Afiha Wardrobe Serang)* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.