

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, F., & Amanah, D. (2020). Consumer Decision to Buy Vegetables at Traditional Markets in Medan, Indonesia.
- Alif, R. N., & Imran, A. I. (2020). Strategi Manajemen Komunikasi Mal 23 Paskal Dalam Penyelenggaraan Special Event 23 Fashion District. *e-Proceeding of Management* : Vol.7, No.1 April 2020
- Amalia, S. A., & Anne Ratnasari. (2022). Personal Selling dalam Memasarkan Jasa Penyelenggaraan Event Corporate. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1398>
- Arfanda, D., Sahputra, N., Firah, A., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Pemasaran Relasional Dan Customer Gathering Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Aspacindo Kedaton Motor Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 8(2), 2579–6445.
- Armstrong, G., Kotler, P., Adam, S., Denise, S., & Volkov, M. (2018). Principles of Marketing (7th ed.). *Pearson Australia*.
- Atmaja, P., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Relationship Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Singaraja . *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).
- Azhari, A. R., Hendra Brata, A., & Brata, K. C. (2019). Pengembangan Sistem Survei Pelanggan berbasis Website (Studi Kasus: Departemen Pemasaran Urea PT. Pupuk Kalimantan Timur) (Vol. 3, Issue 9). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Baker, A., & Donthu, N. (2021). Fight Or Flight?: Understanding *Customer* Response To CRM Tactics. *Journal of Global Scholars of Marketing Science: Bridging Asia and the World*, 31(3), 318–336. <https://doi.org/10.1080/21639159.2020.1808839>
- Clarissa, A., Chryztantya, M., & Gultom, V. (2019). Analisa Pelaksanaan Kegiatan Customer Gathering Pt Foody Direktori Indonesia. *MEDIAKOM : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 03 No. 01 Tahun 2019
- Clarita, C., Indra Karsa. (2020). Strategi Event Marketing PT. Kilau Indonesia. *Prosiding Manajemen Komunikasi*.
- Creswell, J. W. (2014). Penelitian Kualitatif & Data Riset (3 ed.). *Pustaka Belajar*.

- Febrian, F., Sofyan A. (2020). Event Launching See-through ss 19 sebagai Strategi Pemasaran NIIION. *Prosiding Manajemen Komunikasi*
- Hidayat, H. (2023, November 17). 13+ Jenis Corporate Event dan Tips Sukses Menjalankan Acara Perusahaan. *Myrobin.Id*.
- Juariyah. (2020). Teori Komunikasi (Fauziyah, Ed.). *LPPM Unmuh Jember*.
- Kadek, I., Karang, B., Nengah Wirata, I., Sumadi, I. (2022). Persepsi Pengunjung Event Soundrenaline The Spirit of All Time Terhadap Kualitas Pelayanan CV. Cipta Kreatif Komunika. *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*.
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Iqbal, Q., & Yang, S. (2022). The Impact of Customer Relationship Management and Company Reputation on Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Relationship Marketing*, 21(1), 1–26. <https://doi.org/10.1080/15332667.2020.1840904>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16th ed.). *Harlow : Pearson Education*.
- Kulkarni, S. R. (2020). Is Branding Relevant In B2b Market With Specific Reference To Cad/Cam Market. <https://www.researchgate.net/publication/357270445>
- Mediana. (2023). Ada 3.000 Acara Tahun Ini, Potensi Ekonominya Rp 162 Triliun. *Kompas*.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. *USA: Sage Publications*.
- O’Toole, W., & Mikolaitis, P. (2016). Corporate Event Planning: Management and Logistics. *John Wiley & Sons*.
- PT Pupuk Kalimantan Timur. (2022). Visi Perusahaan. *Website Pupuk Kaltim*.
- PT Pupuk Kalimantan Timur. (2024). Tingkatkan Loyalitas Pelanggan, Pupuk Kaltim Gelar Customer Gathering 2024. *Website Pupuk Kaltim*.
- Putri, F., & Surianto, Moh. A. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business to Business PT Wakabe Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>

- Rizki, M., Musfialdy, & Miftahuddin. (2019). Perencanaan Komunikasi PT. Suka Fajar Pekanbaru Dalam Meningkatkan Brand Image Mitsubishi. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*.
- Rohman, Y. A., & Prananta, R. (2019). Sistem Pengelolaan dan Strategi Pemasaran Event Pariwisata di Nusa Dua. *In Journal of Tourism and Creativity* (Vol. 2, Issue 1).
- Sugiyono, & Puji Lestari. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional) (Sunarto, Ed.). *Alfabeta*.
- Surianto, M. A., Setiawan, M., Sumiati, & Sudjatno. (2020). Cause-Related Marketing Campaigns And Repurchase Intentions: The Mediating Role Of Brand Awareness, Consumer Attitude And Corporate Image. *Management Science Letters*, 10(14), 3235–3242. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.6.015>
- Temporal, P., & Troot, M. (2002). Romancing The Customer : Memaksimalkan Nilai Merek Melalui Relationship Management. *Salemba Empat*.
- Thendywinaryo, C., Sidik, A., & Goenawan, F. (2021). Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Umkm Retail Non-Makanan Di Indonesia Timur (Studi Kasus Pada New Em Collection). *Jurnal E-Komunikasi*.