

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, J. (2017). *Event Planning: The Ultimate Guide To Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events*. Toronto, ON: John Wiley & Sons
- 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>
- Ardianto, T. N., & Widiarti, P. W. (2022). Strategi Komunikasi Event Organizer Cv Cn Corporation Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Pandemi Covid-19. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Arifin, N. A., Djamereng, A., & Musi, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer Pt. Tiga Production Dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan. *Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi*, 1(3).
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Aziza, I. N., & Adikara, G. J. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Faiza Event And Wedding Organizer Dalam Menjaring Konsumen Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(4).
- Cao, P., Sial, M. S., Álvarez-Otero, S., Brugni, T. V., & Comite, U. (2024). Eco-Engagement: Tracing CSR Communication's Ripple Effect On Consumer Hospitality Loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79, 103879.
- Chandra Gregorius, Fandy Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi. 2. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Data Riset* (3rd ed.). Pustaka Belajar.
- Daniera, D. (2023, March 5). Industri *Event* Mulai Bangkit, Pelaku Usaha Mengaku Belum Balik Modal. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5223948/industri-event-mulai-bangkit-pelaku-usaha-mengaku-belum-balik-modal>
- Dwi, D., & Purwaningsih, P. (2024). Strategi Komunikasi Program Corporate Social Responsibility PT ABC Restoran Apung Seba, Sidoarjo. *Jurnal Global Ilmiah*, 1(5).
- Fahrezi, F., & Romyeni, R. Strategi Komunikasi Pt. Sumatra Satu Media Dalam Mempertahankan Loyalitas Pengguna Jasa Event Organizer. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 13(1), 1-10.
- Firdaus, M. F., Tayo, Y., & Ramdhani, M. (2023). Keterampilan komunikasi Ceo Coffee Shop Dalam Menarik Minat Investor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(5), 377-385.
- Gaivoronskaya, K. (2023, February 6). *Event Industry Faqs: Is There A Demand For Event Planning Services?* Splento. <https://www.splento.com/blog/events/event-industry-faqs-is-there-a-demand-for-event-planning-services/>

- Greene, J. O. (2009). Communication Skills. In H. T. Reis & S. K. Sprecher (Eds.), *Encyclopedia of Human Relationship*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hendri, E. (2019). Keterampilan komunikasi Pendekatan Dan Strategi. PT Remaja Rosdakarya.
- Indrayani, H., & Evriyana, A. (2021). Strategi Pr Indonesia Dalam Membangun Corporate Reputation Melalui Event Jambore Pr Indonesia (Jampiro). *Kinesik*, 8(2), 110-127.
- John W. Creswell. (2014). Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih Di Antara Lima Pendekatan (Z. S. Quidsy, Ed.; 3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, Philip. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Kristanti, E., & Marta, R. F. (2021). Persuasive and Educative Advertising Content of Quick Response Code Indonesian Standard in Pandemic Era. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 301-308.
- Larasati, L., & Syafganti, I. (2021). Peran Organizer pada Pelaksanaan Client Appreciation Event pada “Bincang ASKRINDO” oleh PT. Multi Taruna Sejati. *Bisnis Event*, 2(8), 83-86.
- Larson, C. U. (2007). *Persuasion: Reception and Responsibility* (12th ed.). Cengage Learning
- Littlejohn, W. S., & Foss, A. K. (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi* (1st ed.). Prenada Media.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis (Second Edition)*. SAGE Publications.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instargram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).
- Puspateja, A. I., & Yuningsih, S. (2024). Strategi Marketing Public Relations Crayoone Event Organizer. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(2), 84-98.
- Ramadhayanti, A. (n.d.). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan. 2021, 8(1), 94–104.
- Richard, M. (2019). *Industri Event organizer Diproyeksi Tumbuh 20% Tahun ini*. Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproyeksi-tumbuh-20-tahun-ini>
- Rohmah, A. (2024, June 25). 7 Ide Bisnis *Event Organizer* Paling Ngetren, Berani Coba? UKMINDONESIA.ID. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/7-ide-bisnis-event-organizer-paling-ngetren-berani-coba#google_vignette

- Rosadi, M. A. I., & Manafe, L. A. (2022). Persuasive Communication Strategy Implementation In Attracting Consumer Interest. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS)*, 2(2), 223-232.
- Safitri, D., Romli, N. A., & Siregar, D. (2022). Pelatihan Keterampilan komunikasi Dalam Menarik Minat Konsumen Pada Komunitas Wirausaha Perempuan. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1), 77-84.
- Sianie, I., Herry, P., & Kalangi, J. S. (2021). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Pelanggan *Event organizer* Onet Twenty One Organizer Desa Suwaan Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara.
- Sidik, A. (2022, November 13). Mengenal Permit *Event*, Perizinan Acara Tidak Batal. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/ahmadsidikx/6370ff401c59b75fc6258a72/mengenal-permit-event-perizinan-agar-acara-tidak-batal>
- Sugiyono, & Puji Lestari. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional) (Sunarto, Ed.). ALFABETA.
- Susena, A. E. (2022). Strategi Komunikasi Event Organizer Dalam Menerapkan Brand Activation Perusahaan Di Masa Pandemi. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 114-123.
- Suswanto, P., & Setiawati, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia* (Vol. 3, Issue 2).
- Syafganti, I. (2021). Peran Organizer pada Pelaksanaan Client Appreciation *Event* pada “Bincang ASKRINDO” oleh PT. Multi Taruna Sejati. In *Jurnal Bisnis Event* (Vol. 2, Issue 8).
- Yaverbaum, R. (2009). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (E. Wells, Ed.; 6th ed.). SAGE Publications.
- Zebua, W. D. A., Rahman, A., Utari, S. A., & Robbani, A. I. (2022). Persuasive Communication In The Covid 19 Campaign For Children. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 97-119.