

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahsanah, D. N. (2022). Emas sebagai instrumen investasi jangka panjang. *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 8(1) 177-187. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v8i1.1297>
- Auliya, S. P. (2021). Event marketing sebagai strategi peningkatan volume penjualan kayn label. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 1-18.
- Clarita, C., & Karsa, S. I. (2020). Strategi event marketing PT. Kilau Indonesia. *Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(1), 1-10.
- Ferdian. (2019). Penyelenggaraan event oleh gren boxx event organizer, *I*(1), 29-30.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, CV Penerbit Qiara Media.
- Haidar, N. F., & Martadi. (2021). Analisis konten visual post instagram riliv dalam membentuk customer engagement. *Jurnal Barik*, 2(2), 1-40.
- Hamsinah, Y, A., & Toruan, R. R. (2021). Penyelenggaraan Event BRI Run Dalam Membangun Citra PT. Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal Cyber PR*, 1(1), 1-18.
- Hongdiyanto, C., & Homan, H. (2020). Pengaruh event marketing dan store atmosphere terhadap revisit intention pengunjung di Ciputra World Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 1(2), 50-60. <https://doi.org/10.32524/jkb.v18i2.65>
- Khaer, M. (2022). Penggunaan instrumen investasi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi untuk mencapai tujuan keuangan pada PT Valbury Sekuritas Makassar, *I*(1), 1-100. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/31462-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/31462-Full_Text.pdf)
- Agustinus, R. (2020). Nasabah penjualan emas di pegadaian tumbuh 70 persen per oktober 2022. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2022/11/08/102356326/nasabah-penjualan-emas-di-pegadaian-tumbuh-70-persen-per-oktober-2022?page=all>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Framework for Marketing Management* (6th, Globa ed.). Boston, Person Education.
- Kusuma, C. S. (2018). *Modul Manajemen Event*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Maharani, L., & Mustikasari, A. (2020). Pengaruh event marketing terhadap keputusan pembelian (studi kasus: PT Yamaha, 2020), *6*(2). 1198-1201

- Martajaya, I. V., & Sari, K. I. (2021). Analisis virtual maps dalam pengembangan pariwisata Denpasar di era society 5.0. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain*, 1(1), 1-7.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha ibu bagas di Kecamatan Mamuju, 1(1), 1-13.
- Nabilla, A. G., & Tuasela, A. (2021). Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan pada diva karaoke rumah bernyanyi di Kota Timika, 5(2), 21-40.
- Prayitno, S., & Harjanto, R. (2017). *Manajemen komunikasi terpadu= Integrated marketing communications management: bisnis, pemasaran, dan komunikasi pemasaran* (1th ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Ramdani, S., & Putri, B. P. (2021, Oktober). Implementasi marketing communication mix pada alexa vape store dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19. *e-Proceeding of Management* , 8(5), 6805-6816.
- Respati, A. R. (2022). Nasabah penjualan emas di pegadaian tumbuh 70 persen per oktober 2022. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2022/11/08/102356326/nasabah-penjualan-emas-di-pegadaian-tumbuh-70-persen-per-oktober-2022?page=all>
- Ruswanti, D. (2020). Strategi digital marketing dengan kalender konten (Studi kasus media sosial instagram Universitas Sahid Surakarta). *Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* , 12(2), 71-75.
- Wibowo, A. (2015). Strategi promosi event namaste festival. *Strategi Promosi Event*, 14(2), 183. <http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v14i2.1674>
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, A. (2020). Pengaruh konten pemasaran shopee terhadap keputusan pembelian pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 509-510. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289>