

DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, S. P. (2021). Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7577>
- Batjo, N. (2018). Penerapana Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku dan Putusan Pembelian. *Dinamis-Journal Of Islamic Management And Bussines*, 1(2), 9–40.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 119 Tahun 2018 Tentang Kebijakan Umum Perdagangan Pasar Fisik Emas Digital Di Bursa Berjangka, 119 Direktur Jenderal Peraturan Perundang-Undangan Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia 5 (2019). Http://Forschungsunion.De/Pdf/Industrie_4_0_Umsetzungsempfehlungen.pdf [f%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607 -Bitkom](f%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom)
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Ferinia, R., Ismail, M., & Sudjiman, L. S. (2023). Literasi Finansial, Kesadaran Digital, Posisi Manajerial: Sebuah Bukti dari Riset Keuangan. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 29–42. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>
- Fitri, T. S. N. (2018). Event Marketing Urban GIGS Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pproduk GG MILD Di Pekanbaru. *Jom Fisip Unri*, 5(Januari-Juni), 3–14.
- HONGDIYANTO, C., & HOMAN, H. (2020). Pengaruh Event Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Revisit Intention Pengunjung Di Ciputra World Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(2), 50–64. <https://doi.org/10.32524/jkb.v18i2.65>
- Hutapea, S., Besti,), & Simbolon, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan Radio Kiss FM Medan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2), 128–137.
- Indrayani, L. (2020). Makna Literasi Keuangan dalam Keberlangsungan Usaha Industri Rumah Tangga Perempuan Bali. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 5(2), 407–428. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIA/article/view/29858>
- Lewokeda, P. L. (2021). *Pengaruh Event Marketing Terhadap Citra Merk*. Universitas Sanata Dharma.

- Luthfi, A., Tinggi, S., & Sukma, I. M. (2020). Implementasi Konsep Event dalam Pelaksanaan Medan International Coffee Festival (MICF). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 1–11. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman/article/view/57>
- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1060–1065.
- Ramdani, S., Primadani, B., & Putri, S. (2021). *Implementasi Marketing Communication Mix Pada Alexa Vape Store Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid- Implementation of Marketing Communication Mix on Alexa Vape Store in Increasing Sales During the Covid-19 Pandemic*. 8(5), 6805–6816.
- Setiawati, C. I., & Meitasari, V. T. (2020). Analisis event marketing dan keputusan pembelian produk fashion lokal dikalangan pengunjung KICKFEST Bandung. *Al Tjjarah*, 6(2), 97. <https://doi.org/10.21111/tjjarah.v6i2.5334>
- Simatupang, A., & Rizky Yanti, E. (2022). Implementasi Administrasi Dalam Berinvestasi Emas di Pegadaian Bagi Generasi Milenial. *Dedikasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 63–73. <https://doi.org/10.53276/dedikasi.v1i2.9>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>