

DAFTAR PUSTAKA

- Adika Fadhurrahman. (2020). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENDEKATAN STOP-SIT (STUDI KASUS TERHADAP PT. DIANSYAH DINAMIKA WIRYAMANTA)*. www.repository.upnvj.ac.id]
- Aditya. (2022). *View of Strategi Komunikasi Event Organizer Dalam Menerapkan Brand Activation Perusahaan Di Masa Pandemi*. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/27618/12857>
- Aditya R, Lubis E, & Jurusan Ilmu Komunikasi-Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Ms. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru). In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 1).
- Alfira, T. D., & Aprianti, A. (2022). *Analisis Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Magang Di Pt. Inspirasi Mandiri Nusantara*.
- Budianto, I., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2013). *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA PROSES KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA GURU DENGAN MURID PENYANDANG AUTIS DI KURSUS PIANO SFORZANDO SURABAYA*.
- Devito, J. (2009). *Interpersonal Communication: Book, A Comprehensive Workbook for Getting Results You Want*. Pearson.
- Dwinanda, J. B., Purnaningsih, N., Departemen, M., Komunikasi, S., Masyarakat, P., Manusia, E., Pertanian Bogor, I., & Departemen, D. (2018). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PERSONAL SELLING PADA AGROWISATA KAMPUNG 99 PEPOHONAN Effectiveness of Personal Selling as Marketing Communication at Kampung 99 Pepohonan Agrotourism* (Vol. 16, Issue 2).
- Fadillah, T., Nurprapti, N., & Nesia, A. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE PAPISTAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.
- Fai. (2022). *Komunikasi Interpersonal - UMSU Medan Kampus Terbaik di Indonesia*. <https://umsu.ac.id/komunikasi-interpersonal-pengertian-contoh/>
- Fiska. (2020). *Teori Agenda Setting: Definisi, Prinsip Dasar, dan Contoh Kasusnya*. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-agenda-setting/>
- Isma, F., & Utami, D. (2017). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI NEGOSIASI DALAM BISNIS. In *Faiqatul Isma Dwi Utami 105 Komunike: Vol. ix* (Issue 2).

- Jatmiko. (n.d.). *KOMUNIKASI PEMASARAN SEBAGAI STRATEGI MEMPERLUAS PASAR - Universitas Esa Unggul*. Retrieved January 9, 2024, from <https://www.esaunggul.ac.id/komunikasi-pemasaran-sebagai-strategi-memperluas-pasar/>
- Komunikasi, J. V., & Tyasmara, I. W. (2016). *Irena Wulan Tyasmara: Strategi Promosi Surat Kabar... STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN* (Vol. 15, Issue 02).
- Krismanto, R. E. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffe Toffee Pekanbaru dalam Menarik Minat Pelanggan*.
- Kurniawan, P. R., & S. H. (2022). *Strategi Marketing Communication pada Event Mini Bootcamp Online Class oleh Vocasia. Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis dan MICE*.
- Nuranti, D. (2009). *23429-ID-merencanakan-dan-mengkoordinasikan-komunikasi-pemasaran-terintegrasi*.
- Prianti, D. O. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT KICKFEST (Studi Pada PT Dyandra Promosindo Surabaya)*.
- Purtanto, D. d. (2013). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI EVENT DALAM PEMBENTUKAN BRAND EQUITY “Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Pocari Sweat Futsal Championship 2013 (PSFC 2013) Regional Yogyakarta dalam Pembentukan Brand Equity Pocari Sweat Pada YGO Event Management.”*
- Rahmadani, F., & Andrini, S. (2021). STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PAMERAN INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW (IIMS). *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 38–59. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/audience/article/view/4203>
- Tjahyono, N. (2014). Strategi Marketing Communications Grand City Mall Surabaya Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Event Earth Hour 2013. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra*.
- Wulandari, Y. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS DI ERA DIGITAL TUGAS AKHIR*.
- Zulkifli, A. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI EVENT DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE CV. DEE PRIMA MANAGEMENT*.