DAFTAR PUSTAKA

Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. Journal of Research on Business and Tourism, 1(1), 37. https://doi.org/10.37535/104001120213

Afrilian, P. (2020). Mice Industry And Event Management. Cirebon: Nusa Litera Inspirasi.

Alina, S. 2019. The *Marketing funnel* As An Effective Way Of The Business Strategy.

Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita

Darmawansyah, iwan, & Sismiati. (2021). INDIKATOR KEUANGAN DAN NONKEUANGAN MELALUI ROI YANG DITERAPKAN DALAM SOSIAL MEDIA MARKETING. JUDICIOUS, 02(01), 84–91. https://doi.org/10.37010/jdc.v2i1

Desy Tri Anggarini. (2021). Pemulihan Pariwisata. *Pariwisata*, *8*(1), 22–31.

Fachmi, R., #1, A., & Ibrahim, N. (2019). Analisa dan Pengimplentasian Digital Marketing pada Studio Brother's Photo. In Jurnal Strategi (Vol. 1).

Fadly & Sumata. (2020). MEMBANGUN PEMASARAN ONLINE DAN DIGITAL BRANDING DITENGAH PANDEMI COVID-19. https://apjii.or.id/

Handayani, V. T., Rofii, M. S., & Syahputra, A. R. (2023). *MICE dan Non-MICE dalam rangka menetapkan strategi event management*. *9*(4), 127–141.

Heath, R., & Feldwick, P. (2007). Fifty years using the wrong model of advertising. International Journal of Market Research, 50 (1), 29-59.

Kojima, T., Kimura, T., Yamaji, M., & Amasaka, K., (2010). Proposals and development of the direct mail method "PMCI-DM" for effectively attracting customers. International Journal of Management & Information Systems, 14 (5), 15-21

Kotler, P. , & A. G. (2018). Principles of marketing (Edisi ke-18).

Kotler, Philip, and Keller, 2016, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Michaelson, D., & Stacks, W. D. (2011). Standardization in public relations measurement and evaluation standardization. Public Relations Journal, 5(2), Spring.

Muallimah, H. (n.d.). IMPLEMENTASI PENERAPAN PENDEKATAN MODEL AISAS PADA DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI. 40–47.

Nasrullah, R. (2017). Blogger dan digital word of mouth: getok tular digital ala blogger dalam komunikasi pemasaran di media sosial. Jurnal Sosioteknologi, 16(1), 1- 16. https://dx.doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.1 https://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/3659

Nurhaeni Sikki, Yuyun Yuniarsih, & Anggie Sundari3. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. Masyarakat Universitas Sahid Surakarta, 1(1), 360–371

Noor, A. (2013). Manajemen event. Alfabeta. https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911967

Raco, J. (2018). Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya (J. 10270 PT Grasindo, Jalan Palmerah Selatan 22 - 28 (Ed.)).

Rawi Dandono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bhakti Pembangunan, Yustinus. 2022. “The Impact of Full *Funnel* Marketing Strategy towards Preference Hotels Mediated by Technology-Driven Market in the Tourism Industry.” International Journal of Management and Digital Business 1(1):2962–4762. doi: 10.54099/ijmdb.v1i1.330

Samsu. (2017). METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif,Mixed Methods, serta Research & Development. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).

Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. Jurnal Ilmiah Pangabdhi, 6(2), 92–96. https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809

Sugiyono. (2018). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. Alfabeta.

Supriadi, A. (2018). Strategi Pemasaran Online Menggunakan Teknik *Funnel*ing Dan Upselling. *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri*.

Syabani, R., & Islami, M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Graha Office Di PT. ABCMenggunakan Analisis SWOT dan *Marketing funnel*. *Jupiter*, *2*(Analisis SWOT dan *Marketing funnel*), 190–202. https://doi.org/10.61132/jupiter.v2i1.63

Syari Harahap, H., Komala Dewi, N., Prawesti Ningrum, E., Ilmu Komunikasi, F., Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. In Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences (Vol. 3, Issue 2).

Wahyudi, A. D., Surahman, A., & Sivi, N. A. (2021). Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, *6*(1), 35–40. https://doi.org/10.30591/jpit.v6i1.2304

Zulkha Ermayda, R., Nanda, I., & Narullia, D. (2019). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PKK. Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI, 3(2)