

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N. (2020). COVID-19 Pandemic: The Health, Economic, and Social Effects. *Jurnal Litbang* , 17 : 34.
- Anggraeni, L., & Adawiyah, S. E. (2022). Analisis Komunikasi Bisnis Telkomsel. *Communication Journal*, 53:54.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (Pertama ed.). (B. Nasution, Ed.) Tebing Tinggi: Inovasi Pratama Internasional.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2019). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Deepublish.
- Azmi, F. N., & Sarma, M. (2017). Pengaruh Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 120:132.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Syahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., . . . Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (Vol. 16x23). (A. Karim, Ed.) Jakarta: Yayasan kita Menulis.
- Darmanto, & wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Surakarta: Deepublish.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif* (Vol. 20x29). Yogyakarta: Depublish.
- Engkus. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal GOVERNANSI*, p-ISSN 2442-3971 e-ISSN 2549-7138, Volume 5 Nomor 2,, 99:109.
- Fatussaadah, E., & Ratnasari, Y. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Karya Usaha Mandiri Syariah Cabang Sukabumi. *Jurnal Ekonomak Vol. V No. 2* , 19:35.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Pertama ed., Vols. 15,5X23). (T. Q. Media, Ed.) Surabaya: Qiara Media.
- Hariyoga, M., & Suryanata, G. N. (2021). Instastory Prilaku Konsumen di Era New Normal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 64.

- Hariyoga, M., & Suryanata, G. N. (2021, September). Intastory Prilaku Konsumen di Era New Normal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa Vol. 18, No. 2*, 64.
- IBM. (n.d.). *IBM SPSS 26*.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Vol. 160x240). Pontianak.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Juliandi, A., & Manurung, I. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. (F. Zulkarnain, Ed.) Medan: Umsupress.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (E1 ed., Vol. 19x23). (A. Pramesta, Ed., & D. Kurnia, Trans.) Yogyakarta: Andi.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan* (ed 1 ed.). Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan dan Lingkungan Kerja terhadap Prestasi Kerja Guru. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 38:55.
- Maharani, L., Mustikasari, A., & Nellyaningsih. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT YAMAHA, 2020). *e-Proceeding of Applied Science : Vol.6, No.2*, 1198:1201.
- Marissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *AGORA Vol. 7, No. 2, (2019)*, 2.
- Narung, R. M. (2020). Kontribusi Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah, Etos Kerja Guru, dan Kompetensi Pedagogik Terhadap Kinerja Guru. *Media Manajemen Pendidikan*, 414.
- Ndiung, S., & Jediut, M. (2018). Pengembangan instrumen tes hasil belajar matematika. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Pembelajaran*, 103.
- Nurmawati. (2018). *Prilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. (Amirullah, Ed.) Surabaya: Media Nusa Creative.

- Paramita, R. W. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (ed 3 ed., Vols. 15,5x23). Lumajang: Widyagama.
- Poltak, H., Sumarsih, Hastutik, S., Endang, Roslan, A. H., Putri, N. L., . . . Haryanto. (2021). *Dasar dasar Manajemen Pemasaran*. (Hartini, Ed.) Bandung: Media Sains Indonesia.
- Pranatawijaya, F. H., Priskila, R., Widiatry, & Putra, P. A. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman. *Jurnal Sains dan Informatika Volume 5, Nomor 2, November*, 128:137.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Pertama ed.). (T. Fitriastuti, Ed.) Samarinda: Mulawarman University.
- Romadhona, T., & Perdhana, M. S. (2022). Memahami Prilaku Konsumen Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 2022, 955-967, 1:13.
- Sari, N. P., & Ana, S. (2022). Meningkatkan Potensi Wisata Edukasi Kampung Nanas Desa Palaan Melalui Event Marketing dan Digital Marketin. *Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal* Vol.2 No. 3, 436:444.
- Satria, C. Y. (2014). Kontribusi Event Marketing Terhadap Ekuitas. *Jurnal Makna* Vol. 5 No. 1, 42:53.
- Sinollah, Maulidiyah, D. N., & Arsyianto, M. T. (2020). Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya. *Jurnal Sketsa Bisnis*, Vol. 7, No. , 94:105.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Pertama ed., Vol. 16x23). (Sigit, Ed.) Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono. (2020). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta.
- Sumarsih. (2021). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. (Hartini, Ed.) Bandung: Media Sains Indonesia.
- Trisliantanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian* (ed1 ed., Vol. 19x23). (Giovani, Ed.) Yogyakarta: Andi.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Pemasaran Terpadu*. (I. Hadi, Ed.) Jakarta: Universitas Pancasila.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish.