

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar Jackie, Abidin Miranty, Isa Yanti, (2007). *Mengelola Merk*. Jakarta : Yayasan Bina Karsa Mandiri. Diakses dari https://books.google.co.id/books?id=yhuvjWT23_AC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Bisnis.com. (2019). Industri Event Organizer Tumbuh 20% Setahun, Nilainya Capai Rp 500 Triliun. Diakses dari, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproeksi-tumbuh-20-tahun-ini>
- Fahri (2019) “Meningkatnya Angka Pengangguran Ditengah Pandemi”. Jurnal Ekonomi Syariah. Desember 2019, Hal. 49.” Diakses dari <http://www.ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/almizan/article/view/142>
- Heridiansyah, Jefri (2012) “Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC”. Jurnal STIE Semarang. Juni 2012, Hal. 61.” Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/133825-ID-pengaruh-advertising-terhadap-pembentuka.pdf>
- Heriyanto, Puji (2018) *Menejemen Even*, Malang : POLINEMA Press. Diakses dari https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Even/iAR0DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+event+any+noor&pg=PA15&printsec=frontcover
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2002). *Strategic Management And Business Policy*. New Jersey: Pearson Education.
- Khairo, Rusdiati (2019) “Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Di Desa Ketapang Raya Kecamatan Keruak, Lombok Timur. Jurnal JRM. Vol. 19 Maret 2019, Hal. 09.” Diakses dari <https://jrm.unram.ac.id/index.php/jrm/article/view/34>
- Lestari, Fitria (2013) "Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri rajutan Binong Jati Bandung". Diakses dari <https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/619/jbptunikompp-gdl-fitrialest-30916-11-pengaruh-r.pdf>
- Kurniawan, Adetya Bayu (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Event Gantangan Ninestar BC Jombang. Diakses dari, <http://repository.stiedewantara.ac.id/1110/>
- Kusnadi, et al, (2008). *Pengembangan Strategi Pemasaran Baru Pada Pt. Simex Pharmaceutical Untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Vipro-G*. Journal of Business Strategy and Execution. Vol. 1 (1) : 135-157. Diakses

dari,

<https://journal.binus.ac.id/index.php/JBSE/article/view/177>

Kurniaty, Sri, (2007). *Analisis Strategi Promosi Pada Perusahaan Jasa Event Organizer*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB. Diakses Dari <https://adoc.pub/analisis-strategi-promosi-pada-perusahaan-jasa-event-organizer/acc833eab544801ca16fca1e34de9b48792.html>

Luturlean, Bachruddin Saleh (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=BVi9DwAAQBAJ&pg=PA184&lpg=PA184&dq#v=onepage&q&f=false>

Politeknik Negeri Manado . (2018). Modul Event Organizer. Manado: Rumerung, Jeaneta Josefin. Diakses dari http://ab.polimdo.ac.id/wp-content/uploads/2019/01/MODUL_Event-Organizer-2019.pdf

Puspitasari, diana (2017) “Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks IFAS-EFAS Pada CV. Dynasty. Seminar Nasional IENACO. 2017, Hal. 240-244.” Diakses dari <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/8671/IENACO%20042.pdf?sequence=1>

Rahmawati, Siti (2018). Strategi Komunikasi PT. Inti Global 99 Untuk Meningkatkan kesuksesan Event MICE. Diakses dari <https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/88589/Siti%20Rahmawati-150903102021%20Sdh.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sugiman, N., Novita, A., & Widjaja, E. (2013). “Pengembangan Bisnis Dilihat dari Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan pada Homestay Dhanesvara di Surabaya. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 2013, Hal. 364.” Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/84503-ID-pengembangan-bisnis-dilihat-dari-faktor.pdf>

Trinoviana, Anindhita (2017) “Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience Dan Iklan”. Jurnal Ekonomi. Oktober 2017, Hal. 40.” Diakses dari <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/download/9920/7898>

Ulfatun, Titik (2016) “Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Ekonomi. Agustus 2016, Hal. 06.” Diakses dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/pelita/article/download/10924/8185>

Widian Sari, Marta (2019) “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix Pada Usaha Kecil

Menengah. *Jurnal Ilmu Terapan*. September 2019, Hal. 88.” Diakses dari <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/39/28>

Wulandari, Suroso & Asbullah. 2015. *Event Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Brand Awareness Kabupaten Jember*. *BISMA : Jurnal Bisnis dan Manajemen*. (S.1), v.9,n 1, p 43-55. Diakses dari, <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/view/5882>

