

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, et al. 2011. *Festival & Special Event Management*. Australia : John Wiley & Sons.
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Amelia, Iftita & Mahfudz. 2022. PENGARUH REVIEW PELANGGAN DAN ACARA PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN IMPULSE BUYING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11 (6), 1-13.
- Andika, E. 2018. Penerapan Strategi Event Marketing Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Di Hartono Mall Solo Baru, UNS-Fak Ekonomi dan Bisnis, Jur Manajemen Bisnis. Universitas Sebelas Maret. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.encep.2012.03.001>.
- Ardianto, E. 2009. *Public Relations Praktis*. Edisi pertama. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Arifianti, Ria & Gunawan, W. 2020. Perilaku Impulse Buying Dan Interaksi Sosial Dalam Pembelian Di Masa Pandemi. *SOSIOGLOBAL : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(2), 43–60.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. 2018. *Advertising and Promotion: An Integrated Communications Perspective* (11 ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Bong, Soeseno. 2011. Pengaruh In-Store Stimuli Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Hypermarket Di Jakarta. Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara: Jawa Barat.
- Clow, K. E., & Baack, D. (Eds.). 2018. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (8th ed.). Pearson Education limited.
- Cutlip, Center & Broom. 2006. *Effective Public Relations* (Edisi kesembilan). Jakarta: Kencana.
- Darmayanti. 2008. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Impulse Buying Pada Konsumen Butik Rudy Collection di Tangerang. Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.

- Dwiyanti, Novi. 2023. ANALISIS PENGARUH EVENT MARKETING, FLASH SALE, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE DI KABUPATEN KARANGANYAR. SKRIPSI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA.
- Firmansyah, M. A. 2019. Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, Seema. 2003. Event Marketing: Issues and Challenges. Management Update.IIMB Management.Mudra Institute of Communications, Ahmedabad.
- Hoyle, Leonard H. 2006. Event marketing : Cara membuat event kebanjiran pengunjung yang tepat. Alih bahasa Kumala Insiwi Suryo, Jakarta : Penerbit PPM.
- Huslaili, Mutiara et al, 2023. Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Dan Brand Image Terhadap Perilaku Impulsive Buying Produk Nature Republic Pada Penggemar NCT 127 Dalam Media Sosial Twitter. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 4 (5), 7807-7817.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. 2020. Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition). Pearson Education.
- Khairinal. 2016. Menyusun proposal skripsi, tesis, & disertasi. Jambi: Salim.
- Khoon Y. Koh. Phd dan Anita A. Jackson. PhD 2006. Special Events Marketing: An Analysis of a Country Fair. Journal of Convention & Event Tourism. Vol 8(2).
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.2017. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniasih, D. 2021. Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan, dan Citra Merek. Penerbit Bintang Sembilan Visitama, Banten.

- Maharani, L., Mustikasari, A. 2020. Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT Yamaha, 2020). *EProceeding*, 6(2), 1198–1201.
- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, B. 2018. Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018. *EProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Murti, T. K. 2019. Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Economic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 102- 107.
- Nursaimatussaddiya. & Cen, C.C. 2022. Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Porleansyah, Harkel & Muhartini Salim. 2024. Pengaruh Event Promotion Dan Brand Image Dimediasi Oleh Daya Tarik Iklan Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Tix Id. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7 (2), 2014-2025.
- Pramesthi, Jasmine et al. 2024. Fan Loyalty, Event Marketing dan Pengaruhnya terhadap Brand Image (Studi pada Fans KPop). *Jurnal Communicator Sphere*, 4 (1), 39-56.
- Putri, N. N., Haryono, A. T., & Warso, M. 2016. Efektifitas Atmosphere dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Tembi Rumah Budaya Yogyakarta. *Journal of Management*, Volume 2 No.2 Maret 2016, 1-17.
- Rahmawati, Nurul Tri. 2018. “Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* 3(1): 1–12.
- Rughasy, Marza & Nicholas Marpaunng. 2023. PENGARUH DISKON HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE (Studi Pada Pengguna Aplikasi Steam di Kota Medan). *DFAME : Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 1 (2), 95-102.
- Ruslan, R. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sayekti, Ignatia Maria Sri. 2024. Inspirasi di Balik Nama JOIWAY dan Strategi Branding JOIWAY di Indonesia. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/inspirasi-di-balik-nama-joiway-dan-strategi-branding-joiway-di-indonesia>
- Setiadi. 2013. Konsep dan Praktek Penulisan Riset Keperawatan, Edisi 2. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Setiadi, H. ..., 2016. Perancangan Rebranding Bengkel N's Garage. Bachelor Thesis Umn, 2(1), Pp. 1-15.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Utami, A.F, dan Sumaryono, 2016. Pembelian Impulsif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin pada Remaja. Jurnal Psikologi Proyeksi. 1 (3), Hal 46 – 57.
- Utami, O. R., & Rastini, N. M. 2015. Pengaruh Variabel Demografi, Kualitas Layanan, Atmosfer Toko Pada Impulse Buying Di Hypermart Mal. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4(5), 1229–1237.
- Wijaya Ermy, Oktariana Yenny. 2018. Faktor Faktor yang mempengaruhi Impulse Buying pada Hodshop Bengkulu . Ekobis Review, 28 (4), 10-22.
- Wirawan, 2016. Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. Jakarta : Salemba Empat.