

DAFTAR PUSTAKA

- Ardita, D. (2018). *Analisis Penerapan Event Marketing dalam Upaya Meningkatkan Volume Traffic Pengunjung The Park Mall Solo Baru (Thesis)*. Surakarta: Digital Library Universitas Sebelas Maret.
- Aulia, S. (2021). Event Marketing sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Intergrated Marketing Communications Perspective—10th ed.* Singapore: McGraw-Hill.
- Bisnis.com. (2023, Juli Senin). *Ekonomi*. From Daftar Gerai Transmart yang Tutup, Terbaru di Blok M Square: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230724/12/1677617/daftar-gerai-transmart-yang-tutup-terbaru-di-blok-m-square>
- Cahyono, E. (2021). Marketing Mix Communication dalam Penjualan Produk dan Jasa Findtime Studio Photography. *Jurnal Universitas Sahid Surakarta*, 6.
- Gunawan, A. I., & Hardiyanto, N. (2019). Dekomposisi Variabel Minat Kunjungan Pada Ritel Modern (Mall) Dengan Variabel Prediktor Gaya Hidup. *Jurnal Politeknik Negeri Bandung*, 1083-1084.
- Julietta, M., Koswara, I., & Sunarya, Y. (2023). Strategi Event Marketing Allo Bank dalam Meningkatkan Pengguna Allo Bank (Studi Kasus Pada Event Allo Bank Festival). *Jurnal ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer*.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management, 4th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kolondam, A. (2019). *Analisis Faktor Atribut Pre-Sales Offer, Better Assortment and After Sales, Product and It's Importance yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen Secara Online dan Offline (Thesis)*. Yogyakarta: E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. Harlow: Pearson Education.
- Lalwani, D. (2016). *Young Consumers Online and Offline Channel Purchase (Master's Degree Thesis)*. Helsinki: Theseus.

- Loekamto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) dalam Online Shopping. *Journal Widya Mandala Catholic University Surabaya*, 3-4.
- Maharani, L., Mustikasari, A., & Nellyyaningsih. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT YAMAHA, 2020). *e-Proceeding of Applied Science*.
- PT. PMMS. (2023, Oktober Selasa). *About Us*. From Plaza Ambarrukmo. The Best Mall in Yogyakarta: <https://www.plaza-ambarrukmo.co.id/about>
- Purbohastuti, A., & Hidayah, A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan, Volume 04 Nomor 01*, 39.
- PwC Indonesia. (2023). *PwC's 2023 Consumer Insights Survey and Strategies to Deal with Continued Disruptions*. Jakarta: PwC Indonesia.
- Ramdani, S., & Putri, B. (2021). Implementasi Marketing Communication Mix pada Alexa Vape Store dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi COVID 19. *e-Proceeding Telkom University*, 6809.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Usman, H., & Akbar, P. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yulianti, N. M., & Pratiwi, D. (2019). Event Marketing Sebagai Faktor Penarik Minat Kunjungan Konsumen di Level 21 Mall. *Media Bina Ilmiah*.