

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. R., dan Suwitho, S. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli, dalam *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, Vol. 8, No. 11.
- Amalia, N. 2019. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan), dalam *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 6, No.2.
- Amanah, S. 2015. Peranan Strategi Promosi Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan, dalam *Jurnal LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi*, Vol. 13, No. 1.
- Ariyanti, L., & Iriani, S. S. (2022). Pengaruh promosi penjualan dan electronic word of mouth terhadap pembelian impulsif pada saat special event day (studi pada konsumen Shopee Jawa Timur). *Sibatik Journal*, 1(5). <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/491>
- Ariyanto, A. K., dan Rahmawan, G. 2021. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Masyarakat terhadap Smartphone Merk Cina, dalam *Widya Manajemen*, Vol. 3, No. 2.
- Azhar, Puti Maulina. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Merchandise K-pop Official Melalui E-Commerce (Studi Kasus pada Penggemar K-pop Army Space Purwokerto). Skripsi. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Belch, George E, Michael A Belch, G Kerr, Irene Powell, dan David Waller. 2020. *Advertising: An Integrated Marketing Communication Perspective*. 4 ed. Australia: Jillian Gibbs and Matthew Coxhill.
- Daga, R. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute.
- Farma, Junia, dan Khairil Umuri. 2020. "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful." *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 15 (1): 19–29. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v15i1.3268>.
- Firmansyah, M. A. 2019. *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Garaika, G., & Feriyan, W. 2019. Promosi dan Pengaruhnya terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta, dalam *Jurnal Aktual*, Vol. 16, No. 1
- Ghozali, Imam Dan Hengky Latan (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

- Gupta, Seema. 2003. Event Marketing: Issues and Challenges. IIMB Management Review.
- Hakim, M. 2019. Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta, dalam Jurnal Ekobis Dewantara, Vol. 2, No. 3.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli, dalam Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol. 4, No. 3.
- Haque-Fawzi, et al. 2022. STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. 2021. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Samudra Biru
- Hoyle, Leonard H. 2002. Event marketing : how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions. New York: John Wiley & Sons.
- Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo press.
- Irawan, M. R. N. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Satria Nusantara Jaya, dalam Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, Vol. 5, No. 2.
- Junaedi, I. W. R. 2022. Manajemen Pemasaran (Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0). Jawa Tengah: CV Eureka Media Aksara.
- Kapahang, N. F., Tampi, J. R., & Rogahang, J. J. 2016. Pengaruh Kualitas Produk & Harga terhadap Keputusan Membeli (Studi Pada Konsumen Dodol Salak Produk Desa Pangu), dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 4, No. 4.
- Khafidhoh, N. H. I., & Hartono, B. (2023). Pengaruh event, iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk Shopee di Semarang. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 3(1). <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika/article/view/365>
- Kharisma, S., Arifin, Z., & Wilopo, W. 2017. Pengaruh Intenational Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pemilik Smartphone Lenovo di Kawasan Asia Tenggara), dalam Doctoral Dissertation, Brawijaya University.
- Kotler, dan Keller. (2016). Marketing Management, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, Sri Alfasa. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap Minat Repeat Order Customer pada TikTok Shop (Studi Kasus Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Purbalingga). Skripsi. Universitas Islam Negeri.
- Larika, W., & Ekowati, S. 2020. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo, dalam *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, Vol. 1, No. 1.
- Muchtar, dkk. (2024). Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Harga pada Keputusan Pembelian Merchandise Pop Culture Jepang (Studi Kasus UNIQLO x Jujutsu Kaisen). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Petra Christian University.
- Mustika Hakim, Ambar Lukitaningsih, Susanto. 2019 . Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat beli Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta, dalam *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 2 No. 3
- Napitupulu, S., Tapiomas N., & Tobink R. 2021. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis Dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: PT. Atalya Rileni Sudeco.
- Ngatno, N. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EP Press Digimedia.
- Nurhayati, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta, dalam *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 2.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. 2019. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, dalam *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 7, No. 2.
- Rusnawati, dan Cut Ayu Mauidhah. 2018. "SISTEM PROMOSI MADU DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi di Gampong Buloh Seuma Aceh Selatan)." *Nur El-Islam* 5 (2).
- Saifullah, Haris. (2024). Pengaruh Event Marketing "Social Media Expert Series" Terhadap Purchase Intention yang Dimediasi Oleh Brand Awareness pada Produk Practiclass by Ngalup.co. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Makassar: CV Sah Media.

- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu, dalam *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- Sari, Dwi. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Universitas Muhammadiyah.
- Sefudin, A. 2017. Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) “4P” ke “4C” (Studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI), dalam *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, Vol. 1, No. 1.
- Setiawan, J., dan Cholid, I. 2021. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk UMKM di Kota Palembang, dalam *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol. 3, No. 1.
- Setiawan, J., dan Cholid, I. 2021. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk UMKM di Kota Palembang, dalam *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol. 3, No. 1.
- Shimp, Terence A, dan J Craig Andrews. 2012. Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications. 9 ed. USA: South-Western Cengage Learning. [www.cengage.com/highered](http://www.cengage.com/highered).
- Shimp, Terence A. 2003. Advertising & promotion : supplemental aspect of integrated marketing communications. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2007. Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. 7 ed. USA: Thomson/South-Western.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. 2017. Strategi Promosi Pemasaran. Jakarta: Fkip Uhamka.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Suwu, Y. R., Soepeno, D., & Roring, F. (2023). Pengaruh periklanan, publisitas dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam setiap event yang diadakan oleh PT. Ichi Tan Indonesia di Sulut. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(2), 67-77.
- Edeh, J. N., Obodoechi, D. N., & Ramos-Hidalgo, E. (2020). Effects of innovation strategies on export performance: New empirical evidence from developing market firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 158, 120167. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120167>
- Tanto D. 2024. Nantikan Comic Paradise 2, 4-5 Mei 2024 di Jogja Expo Center!. Diakses pada 20 Juni 2025 dari <https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/208795/nantikan-comic-paradise-2-4-5-mei-2024-di-jogja-expo-center>

- Tsaqif Ridwan. 2025. COMIPARA 4 akan Kembali Hadir di Yogyakarta, Sajikan Festival Komik dan Kreativitas pada Mei 2025. Diakses pada 20 Juni 2025 dari <https://seremonia.id/industri/comipara-4-akan-kembali-hadir-di-yogyakarta-sajikan-festival-komik-dan-kreativitas-pada-mei-2025/>
- Wood, Emma H. 2009. "Evaluating event marketing: Experience or outcome?" *Journal of Promotion Management* 15 (1–2): 247–68. <https://doi.org/10.1080/10496490902892580>.
- Wulandari, Rina. (2024). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Batik Sri Sulastri. Skripsi. Universitas Islam Negeri.
- Yolanda, Y., & Wijanarko, D. H. 2018. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur, dalam *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, Vol. 6, No. 1A.
- Yulianti, D. 2020. "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Efektivitas Pengendalian Intern Penjualan (Studi Kasus Pada PT. Idola Insani Bandung), Skripsi. Bandung: Universitas Sangga Buana - YPKP Bandung.
- Yulianti, F, et al. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish

