DAFTAR PUSTAKA

Agus W., Soehadi. (2005). *Effective Branding*. Bandung: PT. Mizan Pustaka

Andin. N. (2014). Dasar-Dasar Humas. Graha Ilmu.

Any Noor, *Management Event* (Bandung: Alfabeta, 2009) h.104-108.

Belch, *Advertising and Promotion*, (New York: McGraw-Hill, 2009), h.580.

Belch, G. E & Michael A. Belch. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 5th ed. New York: McGraw-Hill.

Copley, P. (2004). Marketing Communications. Elsevier Ltd.

Copley Paul. (2004). *marketing communications management* (Elsevier Butterworth-Heinemann Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP 30 Corporate Drive, Burlington, MA 01803 First published in 2004.

Daryanto. (2014). Sari Kuliah Menajemen Pemasaran. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Dr. Arni muhammad. (2014). Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Edition, 2008), h.607.

Hoyle Leonard, Wiley. (2002), *Event Marketing*.

Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. (2008). Prinsip-Prinsip pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2. Jakarta: PT. Erlangga.

Moleong, L. J. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2006). Metodelogi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi.

Nawawi Hadari. (2007). Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Panuju, R. (2019). Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran. Prenada Media.

Raharjo, Mudjia. 2008. Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. www.mudjiaraharjo.com..

Rangkuti, Freddy (2002*). Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Roudhonah. (2007). Ilmu Komunikasi. Jakarta: UIN Jakarta Press.

Shimp. Terence A. (2003). Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.

Sugiono, P. D. (2014). Memahami penelitian kualitatif (Cetakan ke). ALFABETA.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitaf, dan Kerangka Pemikiran Yogyakarta: BPFE. Talahatu, 2015, MSDM, Penerbit PT. Gramedia, Pustaka Utama, Bangung.

Sukmadinata, N. S. (2017). Metode Penelitian Pendidikan, Cet. 12. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. (2006). Pemasaran Jasa. Bayumedia publishing: malang.

Vardiansyah, D. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi Ghalia Indonesia.

Wahyudi, H. (2023, Agustus 13). Tren Penurunan Daya Beli Masyarakat 2023 dalam Perspektif Kebijakan Publik Konten ini telah tayang di Kompasiana.com dengan judul Tren Penurunan Daya Beli Masyarakat 2023 dalam Perspektif Kebijakan
Publik.https://www.kompasiana.com/heru14911/64d87cc14addee59ec257033/tren-penurunan-daya-beli-masyarakat-2023-perspektif-kebijakan-publik.