

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (studi deskriptif kualitatif pada Distro di kota Surakarta). *Duta.com*, hal 47.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa. Hal 11.
- Desthiani, U., & Suwandi. (2019). *MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantar*. 1(2): 62-76.
- Keizer, D. P. (2011). Event organizer sebagai peluang wirausaha. *Humaniora*, 855-859.
- Kurniawan, E. (2020). Analisis kinerja repository universitas muhammadiyah Yogyakarta (UMY) berbasis similarweb, google, dan google scholar. *Jurnal Iqra'*.14 (2): 170-186.
- Nadzir, M. M. (2016). Analisis usaha event organizer MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) melalui kanvas model bisnis dan peta empati: studi kasus event organizer di Yogyakarta dan Surakarta. *Jurnal Manajemen*, 170-193.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Ramdhani, E. C., Sapitri, J. E., & Rizkyansyah, M. (2018). Sistem informasi penyewaan peralatan event organizer berbasis web pada PT. Adecon Jakarta. *Jurnal Abdimas BSI*, 390-397.
- Rumerung, J. J. (2018). *Modul Event Organizer*. Manado: Politeknik Negeri Manado.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing : Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A. & Dewantara. (2022). *Pemasaran Digital*. Purwokerto Selatan: CV. Pena Persada.
- Situmorang, S. H. & Lufti, M. (2014). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Suryapranatha, D., & Yulianti, T. (2022). Aplikasi media sosial sebagai sarana digital marketing untuk meningkatkan UMKM desa Kertasari Pangkalan. *Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP)*, 1217-1222.
- Syarifah, I., Azis, A., & Lisdiantini, N. (2022). Pengaruh Soft Selling dalam Media Sosial Instagram dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembeli. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, Volume 6*, 48-56.