

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, R., & Ismawati, D. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Zahir Publishing.
- Andika, E. (2018). *Penerapan Strategi Event Marketing Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Di Hartono Mall Solo Baru*.
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/60179/Penerapan-Strategi-Event-Marketing-Untuk-Meningkatkan-Volume-Pengunjung-Di-Hartono-Mall-Solo-Baru>
- Bas, M., Tarakci, İ. E., & Aslan, R. (2023). *The Essentials of Today's Marketing-3*. Efe Akademi Yayınları.
- Big Data Analytics Pemerintah Kota Semarang. (2023). *Portal Semarang Satu Data Kategori dan Jumlah Usaha Kuliner Kota Semarang*.
<https://data.semarangkota.go.id/data/list/4>
- Bowdin, G. A. J. (2010). *Events Management*. Routledge.
- Duncan, T., & Caywood, C. (1996). The Concept, Process, and Evolution of Integrated Marketing Communication. In *Integrated Communication*. Psychology Press.
- Hootsuite Inc. (2024). *Social Media Marketing & Management Dashboard—Hootsuite*. Social Media Marketing and Management Tool | Hootsuite.
<https://www.hootsuite.com>
- Instagram. (2024). *Instagram* @converso.id.
<https://www.instagram.com/converso.id/>
- Iriantara, Y. (2005). *Media relations: Konsep, pendekatan dan praktik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Izzulhaq, F., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (survei pada pengikut Instagram @Shopee_id). *YUME: Journal of Management*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.37531/yum.v5i1.1400>
- JDIH BPK. (2024a). *PP No. 5 Tahun 2021*. Database Peraturan | JDIH BPK.
<http://peraturan.bpk.go.id/Details/161835/pp-no-5-tahun-2021>

- JDIH BPK. (2024b). *UU No. 20 Tahun 2008*.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Nonformal, dan Informal, & Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan. (2013). *Manajemen Special Event*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kliatchko, J. (2019). *Integrated Marketing Communication: Putting the Human Person at the Core*. Cambridge Scholars Publishing.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kumparan. (2023). *Repositioning: Pengertian dan Contoh yang Dilakukan Perusahaan*. kumparan. <https://kumparan.com/berita-bisnis/repositioning-pengertian-dan-contoh-yang-dilakukan-perusahaan-20gGJPgF4hT>
- Kurniawan, R., & Valencia, V. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Lingkungan Fisik terhadap Minat Berperilaku dengan KepuasanPelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Cafe di Kota Batam. *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)*, 1(1), 261–274.
- Lokito, S. A. (2013). Analisis Pengaruh Experiential Marketing dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), Article 2. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/459>
- Mileva, D. N. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi pada Masyarakat Surabaya Timur)*. 7(2). <https://core.ac.uk/outputs/230764580/>
- Morrison, A. M. (2010). (PDF) *Hospitality and Travel Marketing*. https://www.researchgate.net/publication/257363564_Hospitality_and_Travel_Marketing
- Nainggolan, L. A., & Ferdinand, A. T. (2019). *Studi Mengenai Pengelolaan Atmosfer Kafe Dan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada Converso Coffee & Eatery Semarang)* [Other, Fakultas Ekonomika dan Bisnis]. <http://eprints.undip.ac.id/74274/>

- NapoleonCat. (2024). *Social Media users in Indonesia—2024*.
<https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2024/>
- Nurdianah, I. (2019). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Cafe di Semarang)*.
- Phlanx. (2024). *Engagement Calculator | Phlanx | @converso.id*.
<https://phlanx.com>
- Pudjiastuti, W. (2013). *Special Event*. Elex Media Komputindo.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: Journal of Marketing Management*:
 Vol 15, No 1-3. 15(1–3).
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725799784870496>
- Seputar Semarang.com. (2017, October 22). Anak Panah Kopi. *Seputar Semarang*.
<https://seputarsemarang.com/anak-panah-kopi/>
- Taglab. (2024). *Brand Awareness Calculator*. <https://taglab.net/calculators/brand-awareness-calculator/>
- Tembalang.id. (2024). *Embun Senja Semarang Tembalang Banyumanik, Harga Menu Cafe – Tembalang.id Rating Tertinggi dan Buka Sekarang*.
<https://tembalang.id/embun-senja-semarang/>
- Trisnaningtyas, N. (2024). Pengaruh Event Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Chuseyo Cabang Malang (Studi Konsumen Kopi Chuseyo Kota Malang). *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 8(3), Article 3.
<https://doi.org/10.8734/musytari.v8i3.5606>
- Hani HandokoT. (2011). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- KentonWill. (2024 年 August 月 22 日). investopedia. 检索来源: Direct Marketing:
 What It Is and How It Works:
<https://www.investopedia.com/terms/d/direct-marketing.asp>
- Prof. Mirrian Sjojfan Arif(PA), Ph.D.M.Ec. (无日期). Hubungan Antara Administrasi, Organisasi, dan Manajemen. 出处 Prof. Mirrian Sjojfan Arif(PA), Ph.D.M.Ec., ADPU4217/MODUL 1 (页 1-5). Repository UT.

Stephen P. Robbins A. Judge Timothy. (2024). Organizational Behavior 19th Edition. Harlow, Essex: Pearson Education .

Z.R. Israilova 1 Suleymanov, M.A. Vakhaeva M.M. (2023 年 July 月 12 日). Direct marketing for the implementation of the concept of sustainable development. 检索来源 : SHS Web of Conferences 172: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202317205013>

Zaitun Muhammad Ramli, M.PdM.MPar,. (2022). Buku Ajar Dasar-Dasar MICE. Jawa Barat: CV Jejak, anggota IKAPI.