

REFERENCES

- Aisyah, S. N., Wisudawanto, R., & Azis, H. (2024). Penerapan IMC (Integrated Marketing Communications) oleh Pemerintahan Kabupaten Sukoharjo pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(4), 61–74.
- Anggrianya, N. S., Triana, D., & Linawati. (2024). Analisis promosi offline yang dimediasi insentif aktivitas marketing terhadap keputusan pembelian. *Jurnal EBBANK*, Vol. 14, No. 1, hlm. 43–52.
- Aulia Putririzqiasih, A., Nurpadi, D., & Firohmatillah, A. R. (2024). Manajemen pemasaran dalam event edukasi: Studi kasus Lomba Mewarnai. *Jurnal Pendidikan & Manajemen Pemasaran*, 10(2), 123–135.
- Biondi, A., Djoko Poernomo, Hari Karyadi. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran pada Cafe The Anglo Saxon Tavern Jember. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 433-441.
- Budiarti, R. H. S. (2023). Manajemen pemasaran global dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan keberhasilan bisnis. *Jurnal Manajemen Pemasaran Global*, 14(2), 405–416.
- Erwin, E., Judijanto, L., Kaligis, J. N., Islami, V., Musprihadi, R., Suprayitno, D., Irmadiani, N. D., Munizu, M., Muchayatin, M., Mawarni, I., Saktisya Putra, S., Riyanto, J., & Diputra, G. I. S. (2024). *Manajemen pemasaran: Teori dan strategi*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Guoqing, L. (2023). A Research on Exhibition Marketing Strategies under the Era of "Internet Plus". *Information Systems and Economics*, 4(7), 18-22.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran digital sebagai strategi pemasaran: Conceptual paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102.
- Linda, R. (2025). Kegiatan lomba mewarnai sebagai wadah meningkatkan sosialisasi, ketangkasan dan kreativitas anak pada tingkat PAUD. *Jurmas Azam Insan Cendikia: Jurnal Pengabdian Masyarakat AIC*, Vol. 4, No. 2, hlm. 299–303.
- Lucia, R. H., Kawatak, S. Y., & Ogi, I. W. J. (2022). Persepsi konsumen terhadap promosi Kopi Redo di Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, Vol. 9, No. 1, hlm. 93–105.

- Nasution, R. U., & Aslami, N. (2022). Strategi dalam manajemen pemasaran produk asuransi syariah Allianz Life Indonesia. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 21–35.
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213–226.
- Nurhaliza, S., & Kusuma, Y. B. (2024). The influence of event marketing and promotion on customer satisfaction with the Implora brand at the event Social Chic Surabaya 2023. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1).
- Misykah, Z., Panggabean, D. S., Widyastika, D., & Siallagan, S. (2024). *Kegiatan lomba mewarnai sebagai wadah melatih kreativitas siswa sekolah dasar kelas rendah*. Solusi Bersama: Jurnal Pengabdian dan Kesejahteraan Masyarakat, 1(3), 58–64.
- Phabao, S., Pongsiri, P., & Silpcharu, T. (2023). Intelligent Marketing Management Approach in the Industrial Business Sectors. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), 1-24.
- Putririzqiasih, A., Nurpadi, D., & Firohmatillah, A. R. (2024). Analisis implementasi pemasaran dan digital marketing pada koperasi kopi di Yogyakarta dalam upaya meningkatkan volume penjualan. *Journal of Strategic Management and Business Simulation (JMASSBI)*, 5(2), 88–99.
- Rachmat, S., Malihah, E., & Andari, R. (2023). Pengelolaan event pameran berbasis collaborative governance: Studi kasus pada kegiatan pameran Baby & Kids Expo 2020. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 3(1), 12-20.
- Rahayu, G. A. S., Mahatri, N. A., Wibowo, E. A., Subiakto, M. D., Syalvano, D. A., & Wulandari, S. (2025). Pemanfaatan desain komunikasi visual untuk mendukung edukasi dan kreativitas di Desa Buncitan: Studi kasus program KKN. *ARDVIS: Artistik Riset Desain, Komunikasi Visual, Inovasi dan Seni*, Vol. 1, No. 2, hlm. 16–21.
- Ramdani, C., Badru Zaman. (2022). Parents' Perceptions of “Caring Children” During the Covid-19 Pandemic. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 6th International Conference of Early Childhood Education*. Volume 668, 107-109.
- Ramdani, C., Husni, J., & Ainun, S. (2024). Pelatihan Ragam Aktivitas Melukis yang Menyenangkan Bersama Anak Usia Dini di Kelompok Bermain Nurul Hidayah. *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 44–49.

- Sanusi, U. (2022). The Effect of Promotion and Product Design on Consumer Purchase Decisions. *International Journal of Education and Social Science Research*, 5(4), 285-295.
- Setiawan, R., Wibisono, D., & Purwanegara, M. S. (2022). Defining event marketing as engagement-driven marketing communication. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(2), 151-177.
- Sudirjo, F. (2023). Marketing strategy in improving product competitiveness in the global market. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 63–69.
- Thamrin, P. A., Liana, A. G. P., & Yani, W. (2024). Analisis dan strategi optimalisasi keuangan dalam manajemen event. *Al-Mumtaz: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*.
- Wahyuni, N. (2024). Colouring competition as an inclusive education tool to train elementary school students' creativity. *Outline Journal of Community Development*, 3(1), 45–50.