

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Any, Noor. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, Soemirat Soleh. (2021). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Arif, Erfan, Rila Anggreani, dan Risca Fitri Ayuni. (2021). *Bisnis Warlaba*. Malang: UB Press.
- Bungin, Burhan. (2012). *Analisis Data penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Goldblatt. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Ishaq, Ropingi El. (2017). *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nurjaman, Kadar dan Umam, Khaerul. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sari, A. Andhita. (2017). *Dasar Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwatno, P. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

### Jurnal:

- Utami, A., ,Rahmahita, A., & Dermawan, D. (2022). UMKM Sebagai Peningkatan Pembangunan Ekonomi Bangsa Indonesia. *Jurnal Manajemen Akutansi (JUMSI)*, 2(4), 995-1001.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.

- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). Perkembangan Franchise Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2).  
<https://doi.org/10.33005/jbi.v13i2.3451>
- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). Perkembangan Franchise Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2).  
<https://doi.org/10.33005/jbi.v13i2.3451>
- Manalu, Y. A. (2022). Pengaturan Hukum Tentang Franchise Di Indonesia. *Honeste Vivere*, 32(2), 83–97. <https://doi.org/10.55809/hv.v32i2.134>
- Nur, M., & Harlande, B. P. (2016). Dampak Bisnis Franchise Kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Penerimaan Pajak. *Ilmu Dan Budaya*, 40(53), 6059–6090.
- Lestari, D., Masruchin, & Nur Latifah, F. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1), 216–229.  
[https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9243](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9243)
- Yuli Rahmini Suci. (2017). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.265>
- Kusuma ,Rr. Chusnu Syarifa Diah. 2016. Modul Manajemen Event. Modul. Yogyakarta :Universitas Negeri Yogyakarta. Tersedia pada:  
<http://staffnew.uny.ac.id/upload/197912032015042001/pendidikan/MODUL%20MANAJEMEN%20EVENT.Chusnu.pdf>.

**Internet:**

- <https://koran-jakarta.com/mayoritas-generasi-muda-ingin-berwirausaha?page=all> diakses pada 27 Agustus 2021
- <https://www.idxchannel.com/economics/resmi-dibuka-the-20th-ifra-hybrid-business-expo-2022-buka-peluang-bisnis-franchise-dan-lisensi> diakses pada 8 Agustus 2022
- <https://www.marketeers.com/kadin-bisnis-waralaba-diperkirakan-tumbuh-5-pada-2022/> diakses pada 12 Agustus 2022
- <https://www.beritasatu.com/ekonomi/975263/umkm-surabaya-cari-peluang-waralaba-di-pameran-ifbc-2022> diakses pada 10 September 2022