

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, Johnny. 2011. *Festival & Special Event Management*. Australia: John Wiley & Sons Australia.
- Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cipta, 2010. *Tip Praktis Promosi Online untuk Berbagai Event*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif dan Mixed*. Diterjemahkan oleh Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dinas Pariwisata Yogyakarta. 2017. *Statistik Kepariwisataaan*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrate*.
- Melani, Budi. 2010. *Rona Budaya festschrift untuk Supardi Djoko Damon*. Jakarta :Yayasan Pustaka obor Indonesia.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Suseno, Indro K. 2006. *Cara Pinter Mengelola Keuangan EO cetakan 1*. Yogyakarta: Galang Press.
- Suseno, Indro K. 2009. *Untung Besar Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta: Indonesia Cerdas.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Terry, George & Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen. Cetakan kesebelas*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Andriyanto, R. D., dan Haryanto, J. O. (2010). “Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness Untuk Memunculkan Intention to Buy”. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 9. No. 1.
- Ade Rahma. 2017. EVENT SEBAGAI SALAH SATU BENTUK STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FASHION NASIONAL (EVENT TAHUNAN JAKCLOTH). *Jurnal* Vol. 1, No. 2, pp. 149-169. Dari Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Azaria, P. Aldaning., Kumadji, S., dan Yaningwati, F. (2014). “Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word Of Mouth dan Efektivitas Iklan dalam Meningkatkan Brand Awareness”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 13, No. 1.
- Unonongo W., Warouw D., & Tulung L. 2015. FUNGSI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN DAYA BELI GADGET SAMSUNG DI KOTA MANADO. *e-journal “Acta Diurna”* 4(5), 1-12.
- Sonia Amrizal. 2017. PELAKSANAAN EVENT PETANG MEGANG DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal* Vol. 04, No 02. Dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.