

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. N., Wisudawanto, R., & Azis, H. (2024). Penerapan IMC (*Integrated Marketing Communications*) oleh Pemerintahan Kabupaten Sukoharjo pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023. *Junal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 61-74.
- Amalliah, & Anggraini, K. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENYELENGGARAAN EVENT DAN FESTIVAL PARIWISATA DI KABUPATEN BANYUWANGI. *Junral Netnografi Komunikasi*, 2, 27-35. <https://netnografiikom.org/index.php/netnografi/article/view/16/16>
- Close, A. G., Finney, R. Z., Lacey, R. Z., & Sneath, J. Z. (2006). *Engaging The Consumer through Event Marketing: Linking Attendees with The Sponsor, Community, and Brand*. *Journal of Advertising Research*.
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, Volume 20 (Nomor 1), 51-62. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/2935>
- Hanafi, A., & Wahab, Z. (2016). Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu. PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PERPANJANGAN SEWA PENYEWA KIOSDIPALEMBANG SQUARE MALL (PS MALL) . *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*, 488-506.
- Jasmine, Z. K. (2017). Analisis Penerapan Tools Integrated Marketing Communication pada Website Garuda Indonesia. Repository Telkom University.
- Larassary, A. (2020). Perspektif Pengalaman Konsumen Terhadap Kesuksesan Event Lari Borobudur Marathon 2019. JUARA: Jurnal Olahraga. <https://media.neliti.com/media/publications/441600-none-a583407e.pdf>
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (2021). INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION KEDAI SODARE KOPI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 83-85.
- Pambudi, Gilang R. (2019). PENGARUH SPECIAL EVENT "VIVO V9 GRAND LAUNCH" TERHADAP BRAND AWARENESS MEREK VIVO (*Survei Terhadap Followers Akun Instagram Vivo Indonesia*). Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Schmitt, B. H. 1999. *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. Free Press.
- Setiabudi, D. (2017). *Buku Ajar Mata Kuliah Pengelolaan Kegiatan*. EF Press Digimedia, Semarang.
- Syarifa Chusnu. (2016). *MODUL MANAJEMEN EVENT*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tafarannisa, Melaprilya, Nursilah Nursilah, dan Deden Haerudin. (2021). *Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time to Bloom Di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Seni Tari, 169-173.
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2020). *MANAJEMEN EVENT KONSEP DAN APLIKASI* (Mirsawati Risty, Ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.