

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rahma. (2017). event sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran produk fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Universitas Muhammadiyah Tangerang*.
- Admadjati, A. (2018). *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*. Yogyakarta: Deepublish.
- Agus Purnanto. (2013). Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Pocari Sweat Futsal Championship 2013 (PSFC 2013) Regional Yogyakarta dalam Pembentukan Brand Equity Pocari Sweat Pada YGO Event Management. *Universitas Atmaja Yogyakarta*.
- Barker et al. (2013). *Cultural studies : Teori dan praktek*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Cangara, H. (2015). *Paradigma dan model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Effendy, O. U. (2014). *Komunikasi Teori dan Filsafat*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Goldblatt, J. (2013). *Manajemen Event*. New York: John Wiley and Sons.
- Ikadiyan, Suryatna, & Luthfie. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran MGSTV dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa. *Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Djuanda Bogor*, 2(2).
- Kaufman dan Horton. (2014). *Digital Marketing*. Taylor.

- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, A. (2019). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahyono, N. (2014). strategi marketing communications grand city mall surabaya dalam membangun brand awareness melalui event earth hour 2013. *Universitas Kristen Petra Surabaya*.