

Daftar Pustaka

Buku :

Andi, Prastowo. 2011. *Memahami Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

Donald Stephanic and Gammack John. 2007. *Tourism and The Branded City*. England: Ashgate Publishing Limited

Getz, Donald. 2004. *Event Management and Event Tourism*. Canada: University of Calgary
Lindfield, Allen 2002. *Regional Event Management*. University of Tecnology Sydney dan Asialink

Goldblatt, Joe. (2002). *Special events. Third Edition*. New York : John Wiley & Sons.

Hafidz, Novel Ibnu. (2007). *Mengulik Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta : Gava Media.

Hendra Setia Putra, *Pengaruh Event marketing terhadap Branding tempat Kota Bandung* (Universitas Pendidikan Indonesia, 2015) hal. 15

Noor, Ani. 2009. *Manajemen Event*. Cetakan ke-1. Bandung: Alfabeta.
Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Rob, Harris, dan Johnny Allen. 2002. *Perencanaan dan Pengelolaan Event dan Festival*. Sidney: University of Technology.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta Swasty, Wirania. 2016.

Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.

Soemanagara. (2006). *Strategic Marketing Communication*. Bandung : Alfabeta.

Sulaksana, Uyung. (2003). *Intergrated Marketing Communications*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar.

Suseno, Indro Kimpling. (2009). *Untung Besar Event Organizer*. Yogyakarta : Galangpress.

Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Yananda, M. Rahmat dan Salamah, Ummi, *Branding Tempat: Membangun Kota* (Jakarta: PT. Grafindo, 2014) dalam hal. 3.

Jurnal :

Event Management. Jurnal. Uneversitas Atma Jaya Yogyakarta.
Rahmat, Dewi Erlina Syahlindra. (2013). *Evaluasi Special events Periodik Lenmarc Mall*. Jurnal E-Komunikasi, Vol 2, No. 2, 10.

Kavaratzis , M. 2004. *From City Marketing to Branding tempat: towards a theoritical framework for developing city brands, Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 1 No. 1, hal 67-69

Kavaratzis, M dan Ashworth. 2007, *Marketing the City of Amsterdam Cities* vol 24 No.1 hal 16-25

Kavaratzis, M. 2008. *From City Marketing to Branding tempat, An Interdisciplinary Analysis with Reference to Amsterdam, Budapest and Athens*. Dissertations: University of Groningen.

Kavaratzis, M. And Ashworth, G.J. 2005. *Branding tempat, An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?*, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografi e*, 96 (5), 506-14.

Purtanto, Agus. (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*

Susanto, Agus dan Ahmad Sunardi. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Event JACKLOTH SUMMER FESTIVAL 2014 "Heroes of Our Time"*. Jurnal, Vol 6, No. 6.

Thomas Oliver, dkk. (2008). "*REFERENCE MODEL-BASED EVENT*"
Tjahyono, Novilia. (2014). *Strategi Marketing Communications Grand City Mall Surabaya Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Event Earth Hour 2013*. Jurnal E-Komunikasi, Vol 2, No.1, 8.

Majalah :

Rolling Stone Edisi 148 ,Agustus 2018: Folk Music Festival 2017

Website :

amp.tirto.id

prambananJazz.com

Yogya menuju kota wisata konvensi, SWA Online, 4 Juli 2003, diakses pada tanggal 20 November 2017