

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Chandra, G. (2002). *Strategi & Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Cravens, David W. 1998. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Goldblatt,J., Dr., CSEP. (2002). *Special Events*. USA: John Wiew & Sons Inc.
- Indro K. 2009. *Untung Besar Bisnis Event Organizer*, Yogyakarta: Indonesia Cerdas
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2015. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mufarrihh, Zein. 2015. *Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosadakarya.
- Noor, Any. (2009). *Manajemen Event* . Bandung : ALFABETA.
- Priansa, Juni Donni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Jakarta : CV Pustaka Setia
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan) Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Simamora, Bilson, 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitable*. Cetakan Kedua. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal :

Ade, Rahma. 2017. Journal of Communication. Volume 1, Nomor 2. “*Event sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jackloth)*”

Azizah, K. (2016). Strategi Promosi Event Dieng Culture Festival Dalam Menarik Wisatawan Periode 2015. 94.

Auliani A, Iriana B, Heru R.B. 2018. Jurnal komunikasi Universitas Padjajaran. Volume 3, Nomor 1. “*Manajemen Special Event Hallyu Come On*”

Erlina Dewi, Rahmat Syahlindra. 2014. Jurnal e-komunikasi. Volume 2, Nomor 2. “*Evaluasi Special Events Periodik Lenmarc Mall 2013.* “

Getz, 2008. “*Event tourism : Definition, Evolution, and research*”, *Tourism Management Vol29, hal. 403-428.*

Kusnawati, Kristina. (2013). Strategi Promosi Pertamina PT. Pertamina UPMS XI Balikpapan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan, eJournal Ilmu Komunikasi.1 (4), 120-134.

Priyangi, O. R. (2017). Strategi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Melalui Event Festival Serayu Banjarnegara 2015. 124 .

Wibisono, Medy Santo. 2016. eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 4, Nomor 3. “*Strategi Komunikasi Event Organizer Movem dalam Memperkenalkan Merek Lokal Melalui Penyelenggaraan Event Samarinda Street Fest di Kota Samarinda.* “

Wicaksono, Mohammad Pambudi Ary. 2016. Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 5, No.8

Widhyharto, Derajad S. 2014. Kebangkitan Kaum Muda dan Media Baru. Jurnal Studi Pemuda • Vol. 3, No. 2

Internet :

<http://bisniswisata.co.id/langkah-cerdas-city-branding-tasikmalaya-lewat-festival/>
diakses pada tanggal 25 Juni 2018