



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

LITERATUR

- Bladen, C., Kennell, J., Abson, E & Wilde, N. 2012. *Events Management, An Introduction*. Routledge: Simultaneously published in the USA and Canada.
- Belch, George & Belch, Michael. 2003. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective, Sixth Edition*. New York : The McGraw Hill/Irwin.
- Bowdin, Allen., O'Toole, Robert dan MC Donnell. 2006. *Events Management*. Oxford: ElsevierLtd.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya, Edisi pertama, Cetakan ke-2*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, John. 2013. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Darmadi, Durianto., Sugiarto., & Tony, Sitingjak. 2001. *Strategi Menakhlukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka.
- Denzin, Norman K & Lincoln, Yuona S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Fill, Chris. 2009. *Marketing Communications, Interactivity, Communities, and Content, Fifth Edition*. Pearson Education Limited: Prentice Hall.
- Goldblatt, Joe. 2002. *Special Event, Twenty First Century Global Event management*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Hoyle, Leonard H. 2002. *Event Marketing*. Canada: Published simultaneously.
- Kennedy, Jhon E. & Soemanagara, R.D. 2006. *Marketing communications: Taktik dan strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2006. *Marketing Management, 12th Edition*. Pearson International Edition, New Jersey: Prentice Hall.

- Neuman, Lawrence. 2014. *Sosial Reasearch Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*. United States of America : Pearson.
- Pickton, D & Broderick, A. 2005. *Integrated Marketing Communications*. Chicago : Prentice Hall.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategy Perkembangan Merek+Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp. 2004. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

ONLINE

<http://www.apji.or.id/>. Diakses pada 10 Maret 2016.

myrepublic.co.id. Diakses pada 5 Maret 2016.

“Nikmati Sensasi Berinternet Ultra Cepat Hingga 300 Mbps”. 2015. Diakses 25 Maret 2016. <http://palembang.tribunnews.com/2015/11/04/nikmati-sensasi-berinternet-ultra-cepat-hingga-300-mbps?page=2>.

“TV Prabayar Menjadi Hiburan dan Sarana Edukasi Bagi Masyarakat”. 2015. Diakses 15 Maret 2016. <http://www.miksmag.com/2015/04/tv-prabayar.html>.

SKRIPSI

- Angela. 2013. Pengaruh *Event Management* Terhadap Loyalitas Konsumen Sebuah Hotel (Studi Kasus *Event “Cocktail Party”* Hotel Menara Peninsula Jakarta Terhadap Konsumen Di Bandung Periode 27-30 April).
- Saputro, Johan. 2014. Perencanaan *Event Management* Festival Kesenian Yogyakarta sebagai Media Komunikasi Identitas Yogyakarta.