



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

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana
- Andrews, Craig & Shimp, Terence. 2017. *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated Marketing Communications (Tenth Edition)*. Boston: CENGANGE Learning
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Belch & Belch. 2009. *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (Eight Edition)*. United States: McGraw-Hill
- Denzin, Norman & Lincoln, Yvonnas. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. London: SAGE
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti.
- Evelina, Lidia. 2009. *Event Organizer Pameran*. Jakarta: Indeks
- Goldblatt, Joe. 2014. *Special Events: Creating And Sustaining A New World For Celebration (Seventh Edition)*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2014. *Principles Of Marketing: Global Edition (Fifteen Edition)*. England: Pearson
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations Dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noor, Any. 2009. *Management Event*. Bandung: Alfabeta
- Peter, J Paul & Olson, Jerry C. 2008. *Consumer Behavior And Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo..
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie. 2010. *Consumer Behavior (Tenth Edition)*. New Jersey: Pearson
- Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi (Eight Edition)*. Jakarta: Salemba Empat
- Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Sumber Lain

- Anjani, Fabella. *Jasa Penyelenggara MICE PT Diploma Arthakama*. Universitas Bina Nusantara, h. 1-12. Diakses pada 13 Maret 2019. <https://docplayer.info/48112468-Business-startup-jasa-penyelenggara-mice-meeting-incentive-conference-and-exhibition-pt-diploma-arthakama-febella-anjani-hidayat.html>

- Kartika, Lusia. 2016. *Strategi Event Management Di Myrepublic Indonesia Guna Membangun Brand Awereness (Studi Kasus Roadshow Mall To Mall “Rocket Adventure” Periode 2 September – 8 November 2015)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Novia Argarini. 2008. *Strategi Promosi PT Tigawarna Pada Event Semarang Expo*. Universitas Indonesia
- Ritchie. 2013. *Strategi Promotion Mix Perusahaan GadgetCiti.com Pada Event Mega Bazar Computer 2013*. Universitas Bina Nusantara
- Setyawan, Heri. *Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia*. Jurnal Pariwisata Terapan, vol. 2, no. 1, h. 26-32. Diakses pada 13 Maret 2019. <https://jurnal.ugm.ac.id/jpt/article/view/35379>
- Setyawan Heri, Akbar Djuni, & Rudatin Christina. *Pengembangan Destinasi MICE Di Jakarta Dan Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, vol. 12, no. 1, h. 37-44. Diakses pada 10 Maret 2019. <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/ekbis/article/view/651>
- Wibowo, Arie. *Strategi Promosi Event Namaste Festival*. Jurnal Visi Komunikasi, vol. 14, no. 2, h. 180-191. Diakses pada 15 Maret 2019. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/visikom/article/view/1674>
- <https://www.weddingku.com/> Diakses pada 20 Febuari 2019
- <http://www.bekraf.go.id/berita/page/10/pdb-ekonomi-kreatif-semakin-mendekati-angka-1000-triliun-pertama>. Diakses pada 5 Maret 2019
- <https://www.bridestory.com/id/blog/2017-indonesia-wedding-industry-report-by-bridestory>. Diakses pada 5 Maret 2019

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA