



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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. Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (Global Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Noor, Any. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Weinberg, Tamar. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. CA: O'Reilly Media, Inc.

