



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

Buku:

Any, Noor. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.

Belch dan Belch. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. 9th Edition.

Close, Angeline G., Finney, R.Zachary., Lacey, Russel Z., Sneath, Julie Z. (2006). *Engaging the Consumer through Event Marketing: Linking Attendees with the Sponsor, Community, and Brand*. Journal of Advertising Research
Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1995801>

Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Goldblatt, Joe. (2002). *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management (3rd ed)*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Kennedy, John E. (2009). *Manajemen Event*. PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.

Kotler, dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga