



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:

- Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity*. United Kingdom: Free Press.
- Belch, M. A., & Belch, G. E. (2015). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Creswell, J. D., & Creswel, J. W. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th edition ed.). United States of America: Sage Publications.
- Cvent;. (2020). *The Ultimate Guide to Virtual Event*. Virginia: Cvent.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Evelina, L. (2009). *Event Organizer Pameran*. Jakarta: Indeks.
- Goldblatt, J. (2013). *Special Event*. New York: John Wiley and Sons.
- Hoyle, L. H. (2016). *EVENT MARKETING: HOW TO SUCCESSFULLY PROMOTE EVENTS, FESTIVALS, CONVENTIONS, AND EXPOSITIONS*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management. Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. England: Pearson Education Limited.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Koh, K. Y., & Jackson, A. A. (2008). Special Event Marketing. *Journal of Convention & Event Tourism*, 19-44.

- Kriyantono, R. (2020). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (8th Edition ed.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Laksono, T. B. (2013). *Kebahagiaan Narapidana Remaja Putri*. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Leavy, P. (2017). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, ArtsBased, and Community-Based Participatory Research Approaches*. New York: The Guildford Press.
- Mahmudi. (1992). *Administrasi Pendidikan*. Surabaya: Lembaga Kajian dan Pengembangan Masyarakat.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Ratna, N. K. (2011). *Paradigma Sosiologi Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN*. Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Stainback, S. B., & Stainback, W. C. (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. . Bandung: CV.

Alfabeta.

Suryadi, D. (2011). *Promosi Efektif Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan*.

Jakarta: PT. Suka Buku.

Suryosubroto. (2001). *Humas dalam Dunia Pendidikan (Suatu Pendekatan Praktis)*.

Yogyakarta: Mitra Gama Widya.

Yin, R. K. (2012). *Application of Case Study Research*. United States of America: Sage

Publication.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*.

California: Sage Publication.

Jurnal:

Budimansyah, M. R., & Widodo, A. (2021). EVENT MARKETING TOKOPEDIA

WIB TV SHOW X BTS ON PURCHASE INTENTION OF INDOMILK MILK PRODUCT, BANANA VARIANT. *Jurnal Riset Bisnis dan*

Manajemen, 80-85.

Faizin, D. S., Maarif, S., & Huriyah, L. (2021). PENGELOLAAN PROGRAM OPEN

HOUSE SEBAGAI AJANG PROMOSI Di SMP Muhammadiyah 11 Surabaya.

Jurnal Kependidikan Islam, 1-27.

Kantun, S. (2017). Penelitian Evaluatif sebagai salah satu Model Penelitian dalam

Bidang Pendidikan (Suatu Kajian Konseptual). *JURNAL PENDIDIKAN*

EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial,
10(2).

Lubis, E. E., Rimayanti, N., & Rummyeni, R. (2019). Event Marketing sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Siak dalam Membentuk Brand Awareness "Siak the Truly Malay". *Jurnal Politikom Indonesiana*, 4(2), 260273.

Sasmita, M. T. (2020). Analisis Pasar Virtual Event Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Kepariwisataaan*, 19(1), 9-18.

Septiadi, C. (2013). STUDI EKSPLORATORY ELEMEN EXPERIENTIAL MARKETING EVENT CAMPUS LEAGUE PADA PENONTON DI SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1).

Sneat, J. Z., & Finney, Z. Z. (2008). An IMC Approach to Event Marketing The Effect of Sponsorship and Experience on Customer Attitude. *Journal of Advertising Research Vol 45 issue 4*, 373.

Skripsi:

Bestari, M. J. (2020). *Analisis Strategi Pengelolaan Event dalam Membangun Brand Awareness Ohana Enterprise (Studi Kasus Ohana Wedding Festival Virtual Expo 2020)*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

E-book:

PPM Management Reseach;. (2008, Mei 29). *Paper Event Marketing DR MasRah*.

Diambil kembali dari Scribd.com:

<https://www.scribd.com/doc/76871082/Paper-Event-Marketing-Dr-MasRah>

Website:

Hanindo Communication;. (2021, Desember 20). *Virtual Event – Kelebihan dan Kekurangan yang Harus Anda Perhatikan*. Dipetik Januari 23, 2022, dari Hanindo Communication: <https://www.hanindo.co.id/post/virtual-eventkelebihan-dan-kekurangan-yang-harus-anda-perhatikan>

Narasumber:

Christopher, Y. (2021, 12 23). (K. J. Susanto, Pewawancara)

Geneberty, T. T. (2021, 12 10). (K. J. Susanto, Pewawancara)

Herlina, L. (2021, 12 9). (K. J. Susanto, Pewawancara)

Ivonne. (2021, 12 13). (K. J. Susanto, Pewawancara)

Susantio, A. (2021, 12 11). (K. J. Susanto, Pewawancara)

U
M
M
N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA