

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C. C., & Ong, Y. (2021, September 22). *LinkedIn Top Startups 2021: The 15 Indonesia companies on the rise*. Retrieved from LinkedIn News Asia: <https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-top-startups-2021-15-indonesia-companies-rise->
- Arjanti, R. A., & Mosal, R. L. (2012). *Startup, Indonesia! Inspirasi & Pelajaran dari Para Pendiri Bisnis Digital*. Jakarta: Kompas.
- Babbie, E. R. (2013). *The Practice of Social Research*. Boston: Wadsworth Cengage.
- Belch, M., & Belch, G. E. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. London: SAGE Publications.
- Djamarah, S. B. (2014). *Pola Asuh Orang Tua dan Komunikasi dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fatimah, F. N. (2016). *Teknik analisis SWOT : Pedoman menyusun strategi yang efektif & efisien serta cara mengelola kekuatan & ancaman*. Yogyakarta: Quadrant
- Goldbatt, J. J. (2013). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Hadiwibowo, S. A. (2022, 4 29). Event & Community Lead at Shipper Indonesia. (M. P. Silalahi, Interviewer)
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer Brand Engagement in Social Media: Conceptualization, Scale Development and Validation. *Journal of Interactive Marketing*, 149-165.
- Hoyle, L. H. (2016). *EVENT MARKETING: How To Successfully Promote Events, Festival, Conventions, AND Expotions*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Ibnu. (2021, January 13). *AIDA adalah Strategi Pemasaran yang Ampuh Untuk Tingkatkan Penjualan, Ini Penjelasannya!* Retrieved from Accurate: <https://accurate.id/marketing-manajemen/aida-adalah/>
- Iriantara, Y. (2016). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Jackson, N. (2013). *Promoting and Marketing Events: Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Jenih, K. (2021). *Strategi Online Event PLAYFEST 2020 dalam Membangun Brand Experience di Era Normal Baru*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Jessica, A., & Loisa, R. (2022). Proses Komunikasi Pemasaran dalam Penyelenggaraan Event Online (Studi kasus pada PT. Markplus Indonesia). *Jurnal Kiwari*, 219-227.
- J-Express Indonesia. (2021). *About JX*. Retrieved from j-express.id: <https://www.j-express.id/about>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Latief, R. (2019). *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Indonesia: Media Sahabat Cendekia.
- Mcquail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. United Kingdom: SAGE Publications.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. New Jersey: Jossey-Bass.
- Moegiarsa, S. (2021, July 21). *Penerapan PPKM untuk Mengendalikan Laju Covid-19 dan Menjaga Kehidupan Masyarakat*. Retrieved from KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3159/penerapan-ppkm-untuk-mengendalikan-laju-covid-19-dan-menjaga-kehidupan-masyarakat>
- Moeloeng, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Nabila, J. D., & Wijaksono, D. S. (2021). Analisis Proses Special Event Astra Daihatsu dalam Customer Virtual Event oleh PT. Maha Kreasi Indonesia. *e-Proceedings of Management*, 3864-3876.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Nugroho, A. C. (2021, September 15). *Inilah Peraih Penghargaan Bisnis Indonesia Award 2021*. Retrieved from Market.Bisnis.com: <https://market.bisnis.com/read/20210915/192/1442571/inilah-peraih-penghargaan-bisnis-indonesia-award-2021>
- Oeyono, J. T. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan sebagai Intervening Variabel di Tator Cafe Surabaya Town Square. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-9.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Prayitno, S., & Harjanto, R. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: Rajawali Pers.
- Primatyassari, N. (2022, February 9). *Event marketing: Pengertian, 6 jenis, manfaat, dan strategi membuatnya*. Retrieved from EKRUT Media: <https://www.ekrut.com/media/event-marketing-adalah>
- Prisgunanto, I. (2017). *Aplikasi Teori dalam Sistem Komunikasi di Indonesia*. Depok: Kencana.

- Rabbani, A., & Dharmawan, A. (2021). Event sebagai Komunikasi Pemasaran untuk Mempromosikan Merek Lokal (Studi Kasus pada Basha Market). *Commercium*, 183-192.
- Rony, R. D. (2021). *Strategi Event Marketing PT TaniHub Indonesia dalam Event Taniversarry 2020*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sagiyanto, A. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Event JAKCLOTH SUMMER FESTIVAL 2014 “Heroes of Our Time”. *Jurnal Komunikator*, 121-128.
- Sari, A. N. (2022). Kegiatan Promosi Event Organizing Solopro dalam Mempromosikan Event Solopos Virtual Cycling (SVC) di Masa Pandemi Covid-19. *Solidaritas*, 1-6.
- Sari, D. K., Rahayu, I. B., Lestari, I., Rusdiana, J., Karunianingsih, Wijaya, M., . . . Muktaf, Z. M. (2016). *New Media: Teori dan Aplikasi*. Salatiga: Satya Wacana University Press.
- Saryono, & Anggraeni, M. D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Setiawati, C. I., & Meitasari, V. T. (2020). Analisis Event Marketing dan keputusan pembelian produk fashion lokal di kalangan pengunjung KICKEST Bandung. *Al Tijarah*, 97-117.
- Shipper Indonesia. (2021). *Tentang Kami*. Retrieved from shipper.id: <https://shipper.id/>
- Smilansky, S., & Smilansky, S. (2017). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. London: Kogan Page.
- Syahdan, R. (2022, 5 1). Event & Community Manager at Shipper Indonesia. (M. P. Silalahi, Interviewer)
- Thakur, R. (2015). Community Marketing: Serving The Base of The Economic Pyramid Sustainably. *Journal of Business Strategy*, 40-47.
- Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisyah, V. (2020). ANALISIS MANAJEMEN EVENT: Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019. *EXPOSE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 95-112.
- Wardhana, A. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Komunitas Terhadap Loyalitas Merek Toyota di Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 235-253.
- Wibowo, A. (2015). STRATEGI PROMOSI EVENT NAMASTE FESTIVAL. *Jurnal Visi Komunikasi*, 180-191.
- Wirata, I. N. (2018). *Pengelolaan Event*. DKI Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Wulandari, G. A. (2015). Komunitas Sebagai Peluang Baru Pemasaran Sosial. *Jurnal ISEI*, 119-128..
- Yin, R. K. (2017). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. New York: SAGE Publications.
- Yuliawan, E., & Ginting, M. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 1-12.