

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel

- Adawiyah, S. El. (2021). *Manajemen Event* (1st ed.). Bintang Pustaka Madani.
- Afendi, A., Mashilal, M., Ghofur, A., & Izza, N. B. (2024). Behavior of Halal Cosmetic Product Purchase Decision In Generation Z. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 6(1), 45–66. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2024.6.1.16288>
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In Ariawan (Ed.), *Metpen* (1st ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <https://penerbitzaini.com/>
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1). <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434>
- Arif Fakhruddin, Maria Valeria Roeliyanti, A. (2022). Bauran Pemasaran. In *Deepublish*.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In R. Wujarso (Ed.), *Pt. Global Eksekutif Teknologi* (1st ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi. [http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL MARKETING.pdf](http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL%20MARKETING.pdf)
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17(1), 136–143. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>

- Brian, C., Perkasa, G., & Manurung, J. S. (2025). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Event Badminton Influencer Tournament Pada Ideal Foundation Medan*. 5, 43–60. <https://doi.org/10.59525/aij.v5i1.578>
- Erkan, I., & Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, 47–55. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.003>
- Firmansyah, A. M. (2018). Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran. In D. Novidiantoko & E. R. Fadilah (Eds.), *Deepublish* (1st ed., Vol. 1). Deepublish. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Galati, A., Thrassou, A., Christofi, M., Vrontis, D., & Migliore, G. (2023). Exploring travelers' willingness to pay for green hotels in the digital era. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(11), 2546–2563. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.2016777>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate. In A. H. S (Ed.), *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (10th ed., Vol. 10, Issue 1). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan. In A. Anas (Ed.), *CV Budi Utama* (1st ed.). Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=nhwaCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

- Hanafi, K. I. (2023). *Efektivitas Cultural Event sebagai Sarana Promosi Pariwisata Budaya Kota Semarang*. April.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In D. A. Putri (Ed.), *Pascal Books*. Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Haries, A., & Wulandari, F. (2021). Tinjauan Manajemen Event Pasa Harau Art & Culture Festival Di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Pariwisata Bunda*, 1(2), 1–18.
- Harisnanda, R., Setiawan, W., & Sudarmanti, R. (2023). Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Ticket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023 Phenomenology of Post-Concert Ticket Purchase Interest Pandemi: Jakarta Coldplay Concert War Tickets in 2023. *Sibatik Journal : Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(9), 2905–2926. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK>
- Hind, D. W., Disimulacion, M. A., Fernandez, K., Lin, K. W. E., Sharma, A., & Suroto, P. Z. (2019). International Best Practice in Event Management: Based on The APIEM Certified Event Manager. In R. Aprieska, E. Y. Napitupulu, & H. Maryono (Eds.), *Prasetiya Mulya Publishing* (1st ed.). Prasetiya Mulya Publishing. https://books.google.com.np/books?hl=en&lr=&id=vRzdDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR12&dq=Crisis+Management+for+VIP+Wedding+Event:+Ensuring+Guest+Safety+and+Privacy&ots=AO618RknQz&sig=zJquuoHNS1odQk65fMosIREBhqY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Hutajulu, E. T., Pardosi, M., & Siagian, N. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybeline Pada Mahasiswi Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 52–65. <https://doi.org/10.46576/jbc.v7i2.3038>
- Hutapea, F. D. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga terhadap Keputusan

- Pembelian Tiket Deliland Festival 2023. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 8154–8172.
- Institute, I. D. N. R. (2024). Indonesia Gen Z. In *IDN Research Institute*.
file:///C:/Users/LAPTOPER/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley
Desktop/Downloaded/IDN Research Institute - 2024 - Indonesia Gen Z.pdf
- Irdianti. (2022). Pola Penggunaan, Motif , dan Kecanduan Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 2(2), 1–16.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226.
<https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Jia Ulhaq, M., & Fillari Sofia, H. (2024). Revitalisasi Budaya Melalui Pariwisata: Studi Kasus Pasar Kangen Yogyakarta Sebagai Event Tourism Berbasis Tradisi. *PEKSOS: Jurnal Ilmiah Pekerja Sosial*, 23(1), 2024.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31595/peksos.v23i1.1154>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Khabibah, S. U., & Gunawan, G. (2024). Respons Generasi Z terhadap Konser Musik dalam Kampanye Politik 2024. *Sasdaya: Gadjah Mada Journal of Humanities*, 8(2), 153–167. <https://doi.org/10.22146/sasdaya.14693>
- Komalasari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In M. T. Multazam & M. D. K. W (Eds.), *Buku Ajar Digital Marketing* (1st ed.). UMSIDA Press. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (L. Albelli (ed.); 17e ed.). Pearson Education Limited.

- Kusumastuti, Ph.D., A., Khoiron, M.Pd., A. M., & Achmadi, M.P.d., T. A. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. In D. Novidiantoko (Ed.), *Deepublish* (1st ed.). Deepublish.
- Mandasari, R. D. (2020). Forum Diskusi Online Pada SMART Learning System. *INSANTEK-Jurnal Inovasi Dan Sains Teknik ...*, 1(1), 40–46. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/insantek/article/view/8914>
- Manurung, A. C. (2025). ANALISIS PROMOSI E-WOM SKINCARE THE ORIGINOTE MELALUI KOMENTAR PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK INFLUENCER @NAKIIRANA DAN @DOSENKECANTIKAN. *Jurnal Network Media*, 11-32.
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>
- Nauli, N. P. (2020). Konsep Perencanaan Festival Musik Untuk Anak-Anak Di Sma Teruna Muda Cibubur. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 201–207. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.772>
- P, S. W., & Permatasari, R. I. (2022). Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 13–25. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.862>
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding

- Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74.
<https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>
- Putri, T. B., Savitri, C., & Fadilla, S. P. (2023). Pengaruh Konten Pemasaran dan E-Wom pada Media Sosial Tiktok Shop terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2442–2454.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5305>
- Raihardi, M. H., & Parlindungan, A. (2024). Jurnal Ekonomi Revolusioner PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET DALAM SEBUAH EVENT (STUDI KASUS PADA EVENT KONSER PEMAIN RASA). *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 7(6), 296–302.
- Regina Dwi Amelia, Michael, M., & Mulyandi, R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274–280.
<https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.80>
- Riana, N., Edison, E., Maryani, E., Indrianty, S., Kartika, T., Agoes, A., Agustiani, I. N., Hidayat, T., Riyanti, A., & Fajri, K. (2022). Membangun Pariwisata Berkelanjutan. In E. Maryani & E. Edison (Eds.), *Deepublish* (Cetakan Pe, Issue Desember). Deepublish. <http://www.republika.co.id/berita/jurnalisme-warga/wacana/17/09/26/owvcmz365-membangun-pariwisata-berkelanjutan>
- Rizkina, R., & Putra, M. P. (2025). Pengaruh Lokasi Acara Terhadap Kepuasan Penonton Konser Born Pink World Tour Jakarta 2023. *Journal of Research on Business and Tourism*, 4(2), 131. <https://doi.org/10.37535/104004220244>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna

- Aplikasi Lazada Di Kota Manado the Influence of Service Quality on Customer Satisfaction Using Delivery Services At Tiki Garuda Agent Manado Branch. *Roring. 1 Jurnal EMBA*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sihotang, H. (2023). Metode penelitian kuantitatif. In E. Murniarti (Ed.), *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta* (1st ed.). UKI Press. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. R. H. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Gunadi & A. D. Nabila (eds.); 1st ed.). Deepublish.
- Sulistyawati, W., Wahyudi, W., & Trinuryono, S. (2022). Analisis Motivasi Belajar Siswa Dengan Menggunakan Model Pembelajaran Blended Learning Saat Pandemi Covid-19 (Deskriptif Kuantitatif Di Sman 1 Babadan Ponorogo). *Kadikma*, 13(1), 68. <https://doi.org/10.19184/kdma.v13i1.31327>
- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In J. B. Maramis (Ed.), *Istana Agency*. Istana Agency.
- Tingga, C. P., Solihat, W., Susanto, P. C., Handayani, T., Junaedi, I. W. R., Putra, I. K. A. M., Utami, M. A. J. P., Wardhana, A., Pertiwi, W. N. B., Grace, E., Martini, E., & Jafalini, S. (2022). *Seni Pemasaran Kontemporer* (A. Sudirman (ed.); Issue Januari). Media Sains Indonesia.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). Andi Offset.
- Uluwiyah, A. N. (2022). STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In *Multi Pustaka Utama*.
- Uluwiyah, M. S. (2023). Pengaruh E-WOM dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Emina. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 3(3), 473–479. <https://doi.org/10.37531/yum.v8i1.8477>

Utami, H. (2021). *Manajemen Event dan Proyek: Antara Konsep dan Praktiknya* (1st ed.). UNJ Press.

Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2023). Manajemen Event. In *PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers* (Vol. 1, Issue). PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers.
https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Event.html?id=T-PeEAAAQBAJ&redir_esc=y

Wirata, I. N. (2018). *Pengelolaan Event* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.

Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14.
<https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.989>

Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481.
<https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>

Website

Dowson, R., Albert, B., & Lomax, D. (2023). *Event Planning and Management; Principles, planning and practice; Third Edition*. United Kingdom; United States: Kogan Page Limited.

Dunia Games. (2024, December 6). *Discover; Dunia Games*. Diambil kembali dari Dunia Games .

Jakarta Property Institute. (2025, January 8). *jpi.or.id/blog/jakarta-sebagai-kota-konser/*. Diambil kembali dari jpi.or.id: <https://jpi.or.id/blog/jakarta-sebagai-kota-konser/>

Jiexpo. (2024, December 5). *Exhibition JIEXPO*. Diambil kembali dari jiexpo: <https://exhibition.jiexpo.com/motion-ime-festival-chapter-2-2024/>

Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2023, September 5). Diambil kembali dari Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/mengenal-makna-dan-filosofi-dalam-festival-pacu-jalur-riau>

Kompas.com. (2024, December 22). Event Pariwisata 2024 Datangkan 8,4 Juta Wisatawan dengan Perputaran Ekonomi Rp 13,57 Triliun. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.

Motion Ime Festival. (2024, December 13). *motionimefest*. Diambil kembali dari Motion Ime Festival: https://www.instagram.com/p/DDhJ_tgBb7V/?img_index=2&igsh=MThiNXR6dDBlZ2puaw==

Muhamad, N. (2024, 12 5). *databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67514d98db06f/seberapa-sering-anak-muda-ri-nonton-konser-ini-surveinya*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67514d98db06f/seberapa-sering-anak-muda-ri-nonton-konser-ini-surveinya>

PT Agres Info Teknologi. (2024, December 9). *agres.co.id*. Diambil kembali dari agres.co.id/article/motion-ime-festival-2024: <https://agres.co.id/article/motion-ime-festival-2024-agres-id-ikut-meramaikan/>

PT Sucofindo. (2025, May 6). *sucofindo.co.id sektor pariwisata*. Diambil kembali dari [sucofindo.co.id](https://www.sucofindo.co.id): <https://www.sucofindo.co.id/sektor-bisnis/sektor-pariwisata/#:~:text=Sektor%20pariwisata%20merupakan%20sektor%20bisnis,dan%20pengembangan%20daerah%20tujuan%20wisata.>

Pujiati. (2024, March 28). *Home; Deepublish*. Diambil kembali dari Deepublish.com: <https://penerbitdeepublish.com/perbedaan-subjek-dan-objek-penelitian/>

Riera, C. (2023, October 30). *Blog: meetmaps*. Diambil kembali dari [meetmaps](https://blog.meetmaps.com/en/what-is-a-festival-and-what-types-of-festivals-are-there/): <https://blog.meetmaps.com/en/what-is-a-festival-and-what-types-of-festivals-are-there/>