

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Ardelisma, A. (2023). Efektivitas Event Marketing Loop Musik Terhadap Peningkatan Citra Merek di Kalangan Siswa-Siswi SMK Telkom Medan. 6(2), 130–139.
- Azizah, N., & Lovett, M. M. (2016). Analisis Event Marketing dalam Meningkatkan Citra Merek STIKOM InterStudi. 312–321.
- Belch, G. E., & A, B. M. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill.
- Fandy, A. F. Al, & Nellyaningsih. (2020). ORGANIZER PT DEAL PRO DI TAHUN 2020) GAMBAR 1 Logo Summarecon Bandung Sumber : www.Summarecon.com GAMBAR 2 Logo 5 Anniversary Summarecon Bandung Sumber : Instagram Dealpro Event. 6(2), 1188–1197.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue June).
- HONGDIYANTO, C., & HOMAN, H. (2020). Pengaruh Event Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Revisit Intention Pengunjung Di Ciputra World Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(2), 50–64. <https://doi.org/10.32524/jkb.v18i2.65>
- Hoyle, L. H. (2019). *Event Marketing: Cara Membuat Event Kebanjiran Pengunjung Yang Tepat*. PPM.
- Julietta, M. A. (2023). Strategi Evenet Marketing Allo Bank Dalam Meningkatkan Pengguna Allo Bank (*Studi Kasus Pada Event Allo Bank Festival*). 3(2).
- Kholik, A., Ramadhani, A. N., Rowi, D. A., & Ramadhany, M. A. (2020). *Special Event Management Dalam Membangun Social Identity*. Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2), 217-226
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.

- Liyono, A. (2022). *Pengaruh Brand Image , Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt . Pancaran Kasih Abadi*. 3(1), 73–91.
- Noor, A. (2017). *Manajemen Event* (Revisi). Bandung Penerbit Alfabeta.
- Nurhaliza, S., & Kusuma, Y. B. (2024). *Pengaruh Event Marketing Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Brand Implora Di Event Social Chic Surabaya 2023*. 5(1), 1306–1316.
- Prasetyo, V. (2024). *Efektivitas Strategi Event Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Brand Image (Studi Kasus PT . Bank Muamalat Indonesia , Tbk Kantor Cabang Semarang)*. September.
- Putri, A. R. (2021). Event Sebagai Media Branding Institusi. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 7(1), 21.
<https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v7i1.922>
- Ramadhani, A. A. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness dalam Pengelolaan Event Public Relations melalui Platform Digital: Studi Kasus pada PT. Pilihanmu Indonesia Jaya. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 22(1), 51–56.
<https://doi.org/10.31294/jc.v22i1.12470>
- Shen, Y. (2024). *Situation Analysis of Midea Company*. 3(3).
<https://doi.org/10.56397/JWE.2024.09.03>
- Sholichah, N., Istiani, & Azwar, M. Y. (2024). Pengaruh Event Marketing Happy Sunday Terhadap Brand Image Sayap Mas Pada CV. Ulul Azmi Sulaiman. 1192, 1007–1012.
- Siburian, E., Catur, H., & Hasman, P. (2024). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Brand Image Honda Pada Masyarakat Kelurahan Mangga , Medan The Influence of Content Marketing and Event Marketing on Honda ' s Brand Image in the Communit*. 5(1). <https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4320>
- Siswanti, A., & Rizqi, M. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Moogs Coffee Dalam Membangun Brand Image Melalui Event “ Pour In Chaos .”* 02(02).
- Sitoyo, S., & Sodik, M. Al. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media.

Syahrinnisa, G. W., & Sarma, M. (2019). *Pengaruh Event Terhadap Citra Merek Majalah Femina The Effect of Event on Brand Image of the Femina Magazine*. 10(3), 207–217.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Triadi, D., & Darnita, C. D. (2021). *Strategi Membangun Brand Image dan Promosi dengan Sosial Media pada UMKM Jawet Sama Arep*. 9(1), 326–347.



Intelligentia - Dignitas