

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, A. S. N. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, BRAND AWARENESS DAN BARAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.
- Goodstats. (2024). *Apa Alasan Utama Orang Indonesia Datang ke Konser Musik?* <https://Goodstats.Id/Article/Apa-Alasan-Utama-Masyarakat-Indonesia-Datang-Ke-Konser-Musik-Dh2uJ>.
- Hutasoit, J. (2019). *PENGARUH INDUSTRI KEPARIWISATAAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA PROVINSI LAMPUNG*. <http://repo.darmajaya.ac.id/1225/>
- Ismayanti. (2020). *DASAR-DASAR PARIWISATA*.
- Keller, K. L., & Vanitha, V. (2020). *Building, Measuring, and Managing Brand Equity Strategic Brand Management*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of marketing edisi 19 (2024)*.
- Marpudin, A. (2020). *DASAR-DASAR MANAJEMEN EVENT ORGANIZING*.
- Nikmah, M. (2022). Brand image, trust dan quality of information pada consumer purchase decisions. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 2(1), 70–82. <https://doi.org/10.38156/imka.v2i1.108>
- Populix. (2024). *51% Responden Suka Nonton Konser Musik Band Lokal*. <https://Info.Populix.Co/Articles/Konser-Musik-Band-Lokal/>.
- Pratama, T. (2020). *ANALISIS KUALITAS WEBSITE SMK YADIKA JAMBI DENGAN METODE WEBQUAL*.
- Putri, S. E. (2022). *BRAND MARKETING THE ART OF BRANDING*.
- Raihanah, S., Usman, O., & Rahmi. (2024). *THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY ON PURCHASE INTENTION WITH BRAND TRUST AS INTERVENING VARIABLE STUDIES ON MARKETPLACE USERS*.
- Soundsfest. (2024). *Partner - Soundsfest 2024*.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.

- Tasiana, R., & Adiba, F. (2022). PEMBELIAN SMART PHONE SAMSUNG (STUDI KASUS PERUMAHAN GRIYA 8 PERMAI BUMIAYU KOTA MALANG) Program Studi Administrasi Publik Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Malang. In *Journal Akses STIA Malang* (Vol. 4, Issue 1).
- UU Nomor 10 Tahun 2009. (n.d.). Retrieved June 29, 2025, from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009>
- Wardhana, A. (2024). *BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA*.
- Wirdaini, M. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, PROMOSI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKO ONLINE MUSLIMARKET.COM DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA*.
- Zainuddin, I., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & SMART-PLS*.
- Zulianti, I. D. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro)*.