

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia .

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*. Surabaya : Qiara Media.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Kotler, P., dan Armstrong, G., (2018). *Principles of Marketing, 17th Edition*, New Jersey: Prentice Hall

## **Jurnal, Skripsi:**

- Apriliana, S. L. (2018). Analisis 7I's Atribut Event Garuda Indonesia Travel Fair 2017 di Kota Jakarta. Dalam S. L. Apriliana, *Analisi 7I's Atribut Event Garuda Indonesia Travel Fair 2017 di Kota Jakarta* (hal. 17-30). Bandung: Telkom University.
- Atmoko, P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *ejournal upi*, 84-85.
- Auliya, S. P. (2021). *Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Bahar, L. G. (2022, Juni 29). *Penerapan Content Marketing Untuk Meningkatkan Volume Penjualan dan Brand Awareness Pada Cafe Mimik Baik Surabaya*. Retrieved from repository dinamika: <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6583/1/15430100003-2022-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>
- Berliansyah, R. (2021). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kujang Fest 2020. In R. Berliansyah, *Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kujang Fest 2020* (pp. 11-15). Bandung: Telkom University.
- Choiruman, D. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk Graha Merah Putih Bandung Tahun 2022). In D. Choiruman, *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk Graha Merah Putih Bandung Tahun 2022)* (pp. 14-20). Bandung: Telkom University.
- Dewi, N. (2018). Analisis Volume Penjualan Produk Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia (STUDI PADA CABANG AHMAD YANI BANDUNG TAHUN 2018). In N. Dewi, *Analisis Volume Penjualan Produk Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia (STUDI PADA CABANG AHMAD YANI BANDUNG TAHUN 2018)* (pp. 12-18). Bandung: Telkom University.
- jannatin, r. (2020, july 17). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*. Retrieved from [ejournal.poliban.ac.id:https://ejournal.poliban.ac.id/index.php/impact/article/view/844/745](http://ejournal.poliban.ac.id:https://ejournal.poliban.ac.id/index.php/impact/article/view/844/745)
- Kadewima, A. A. (2023). Analisis Loyalitas Pelanggan di Kedai Kopi Aerotiva Cirebon Tahun 2022. In A. A. Kadewima, *Analisis Loyalitas Pelanggan di Kedai Kopi Aerotiva Cirebon Tahun 2022* (pp. 10-15). Bandung: Telkom University.
- Maharani, L. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT Yamaha, 2020). In L. Maharani, *Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT Yamaha, 2020)* (pp. 8-10). Bandung: Telkom University.
- Orlando, E. G. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Event Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Brand Miracle Mates di Kota Bandung . In E. G. Orlando, *Pengaruh Social Media Marketing dan Event Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Brand Miracle Mates di Kota Bandung* (pp. 12-16). Bandung: Telkom University.
- Puspitasari, D. A. (2022). Pengaruh Event Marketing dan Kredibilitas Influencer Terhadap Loyalitas Merek Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Erigo Store). In D. A. Puspitasari,

- Pengaruh Event Marketing dan Kredibilitas Influencer Terhadap Loyalitas Merek Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Erigo Store)* (pp. 15-20). Bandung: Telkom University.
- Putri, F. I. (2018). Analisis Event Marketing (CILETUH GEOPARK 2017) Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. In F. I. Putri, *Analisis Event Marketing (CILETUH GEOPARK 2017) Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Bara* (pp. 67-70). Bandung: Telkom University.
- Safrudin, A. R. (2019). Efektivitas Event Marketing Produk New Mobilio (STUDI KASUS PT.DEALPRO INDONESIA TAHUN 2019). In A. R. Safrudin, *Efektivitas Event Marketing Produk New Mobilio (STUDI KASUS PT.DEALPRO INDONESIA TAHUN 2019)* (pp. 30-35). Bandung: Telkom University.
- Silfia, Z. N. (2023). Analisis Strategi Personal Selling Menggunakan Metode Triangulasi Pada Surya Yudha Park Banjarnegara Tahun 2022 . In Z. N. Silfia, *Personal Selling Menggunakan Metode Triangulasi Pada Surya Yudha Park Banjarnegara Tahun 2022* (pp. 44-47). Bandung: Telkom University.
- Sukmawati, L. (2020). Analisis Faktor Terhadap Efektivitas Penyelenggaraan Event Marketing Yang Dilakukan Oleh PT. Dealpro Indonesia (STUDI KASUS PERUSAHAAN YANG MEMAKAI JASA EVENT DEALPRO INDONESIA TAHUN 2020). In L. Sukmawati, *Analisis Faktor Terhadap Efektivitas Penyelenggaraan Event Marketing Yang Dilakukan Oleh PT. Dealpro Indonesia ((STUDI KASUS PERUSAHAAN YANG MEMAKAI JASA EVENT DEALPRO INDONESIA TAHUN 2020)* (pp. 12-50). Bandung: Telkom University.
- Waskito, M. A. (2021). Pengaruh Event Marketing Bintang SMA 2020 Terhadap Brand Awareness Pocari Sweat. In M. A. Waskito, *Pengaruh Event Marketing Bintang SMA 2020 Terhadap Brand Awareness Pocari Sweat* (pp. 29-35). Bandung: Telkom University.
- Yanti, P. D. (2020, Januari 2). *ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN SOUVENIR ACEH*. Retrieved from ar-raniry: <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15074/1/Putro%20Delvi%20Yanti%2C%20150604087%2C%20FEBI%2C%20IE%2C%20085212571729.pdf>

**Website:**

[www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)

[www.elibrary.unikom.ac.id](http://www.elibrary.unikom.ac.id)