

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikari, K., & Panda, R. K. (2019). The Role Of Consumer-Brand Engagement Towards Driving Brand Loyalty: Mediating Effect Of Relationship Quality. *Journal Of Modelling In Management*, Vol. 14 No. 4, 987-1005.
- Ahyar, H., Andriani, H., Sukmana, D. J., Hardani, , Nur Hikmatulkauliya, G. C. B., M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March)*. CV. Pustaka Ilmu.
- Alma, Buchari,. (2019). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke-13, Alfabeta, Bandung.
- Alma.B. (2019). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- American Marketing Association. (2022). *The Four Ps Of Marketing*. Diambil Kembali Dari Ama: <https://www.ama.org/marketing-news/the-four-ps-of-marketing/>
- Annisaa, Maya. (2015). Pengaruh Event Hilo Goes To School Terhadap Brand Image Susu Hilo School : Survey Terhadap Orangtua/Wali Murid Siswa/Siswi Taman Kanak-Kanak Pada Event Hilo Goes To School Tahun 2015 Di Kota Bandung.
- Azis, Y. A. (2023, Mei 10). *Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber Dan Metode*. Diambil Kembali Dari Deepublish Store: <https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/>
- Blackwell, R. D, & Miniard, P. W. (2017). *Consumer Behavior 11th Ed*. Cengage Learning.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. . (2006). *Consumer Behavior, 10th Edn. Thomson/Sount*.
- Blessa, V. A., Indriani, F. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, Dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live (Studi Pada Pengguna Platform Shopee Live). *Diponegoro Journal Of Management*, 1-11.
- Bougie, R. B., & Sekaran, U. (2019). Research Methods For Business: A Skill Building Approach. *John Wiley & Sons*.
- Bougie, R., & Sekaran, U. ((2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian. *Salemba Empat*.

- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., & Ilic, A. (2011). Customer Engagement : Conceptual Domain, Fundamental Propositions, And Implications For Research. *Journal Of Service Research*, 4(3), 252-271.
- Budiman, J., & Steven, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Pelanggan PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Pontianak. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 94-102.
- Cornwell, T. B. (2019). Less “Sponsorship As Advertising” And More Sponsorship-Linked Marketing As Authentic Engagement. *Journal Of Advertising*, 48: 49–60.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *FIFTH EDITION RESEARCH DESIGN: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Datta, V. (2017). A Conceptual Study On Experiential Marketing: Importance, Strategic Issues And Its Impact. *International Journal Of Research-Granthaalayah*, 5(7), 26-30.
- Efendi Siregar, Z. M. E, Parlaungan, A, Supriadi, Y. N, & Ende, E. (2023). *Structural Equation Modeling Konsep Dan Implementasinya Pada Kajian Ilmu Manajemen Dengan Menggunakan AMOS (Issue November)*.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2022). *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*. Penerbit Tahta Media.
- Fadhila, N. D. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Di Jabodetabek: Studi Pada Hilo Teen Festival = The Effect Analysis Of Event Marketing Towards Customer Engagement Among Senior High School Student At Jabodetabek.
- Fajrin, F. V, & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada Pt Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018. *Eproceedings Of Applied Science*, 4(2).
- Fandy, T., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi . *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, Vol.8,No.1, 22-38.
- Fatchiyah, A., & Sukmono, R. A. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal Of Innovation Studies*, 6-12.

- Fitri, T. S. . (2018). Event Marketing Urban Gigs Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Produk GG Mild Di Pekan Baru. *JOP FISIP*, 5.
- Gani, R. A, & Purbangkara, T. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan Jasmani. Uwais Inspirasi Indonesia*. . Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat*. . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. .
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares - Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Bandung: UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2006). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, ISBN : 979.704.250.9.
- Hair, J. F, Hult, G. T. M, Ringle, C. M, & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) Third Edition* . United States Of America: SAGE Publication, Inc. .
- Hair, J. F, Sarstedt, J, Hult, G. T. M, Ringle, C. M, & Marko . (2021). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)-Third Edition*.
- Hair, J., Ringle, C. M, & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM: Indeed A Silver Bullet. Journal Of Marketing Theory And Practice*. 19(2), 139–152. .
- Hardianti, I. P. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Buku Togamas Margorejo Surabaya. [*Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*].
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 133-146.
- Iba, Z, & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Indirwan, M. F., Basalamah, M. R., & Normaladewi, A. (2024). Pengaruh Event Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Diamond Pada Games Online Mobile Legends (Studi Pada Konsumen Shop Mobile Legends Di Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 13. No. 01, 2278-2286.
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Refika Aditama*.

- Itasari, A. A., Rahmanto, A., & Slamet, Y. (2018). Influences Of Product Attribute And Event Marketing Toward Customers' Behavior In Buying A Car Toyota New Yaris. *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, Vol 5, No 5, 279-285.
- Kanuk, L., & Schiffman, L. (2012). *Consumer Behavior. 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Khusniah, R., Astuti, E. S., Wilopo. (2024). How Social Media Impacts On Customer Brand Engagement, Brand Trust And Brand Loyalty. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 18. No. 1, 16-29.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach To Online Marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kok, W., Ariesa, Y., Kelvin, Pratama, V., & Kosasih, S. (2021). The Role Of Brand Ambassador, Event Marketing And Digital Marketing On Purchase Decisions User Shopee. *Budapest International Research And Critics Insititute-Journal (BIRCI-Journal)*, Volume 4, No. 3, 4804-4814.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management (15th Ed.)*. New Jersey: Pearson France.
- Laksana, M. F. . (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Limandono, J. A., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City.
- Madhalena, E., & Syahputra. (2016). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Rokok Djarum Super Mild Pt Djarum. *Ecodemica*, Vol. Iv, No. 2, 179-188.
- Mangruwa, R. D. (2024). How Is Indonesia's 5G Telecommunication Industry? Case Study Of Promotion On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *2024 International Conference On Data Science And Its Applications (Icodsa)*, X, 162–167.
- Mavilinda, H. F., Putri, Y. H., & Nazaruddin, A. (2023). Is Storytelling Marketing Effective In Building Customer Engagement And Driving Purchase Decisions? *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 14 No. 2, 275-296.
- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, B. . (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018. *E-Proceeding Of Applied Science*, 1060–1065.

- Narimawati, Umi. (2020). *Metode Penelitian Dalam Implementasi Bagan Analisis Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal Of Mathematics*, 43-53.
- Nur'aeni, W., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Event Marketing Terhadap Minat Beli Minuman Isotonik (Studi Pocari Sweat Run Bandung Event). 266–274.
- Nuraeni, L., & Hadita. (2022). The Effect Of Event Marketing On Purchase Decisions Through Purchase Interest In Tokopedia Marketplace (Case Study On Tokopedia Event Photocard Program). *DIJEFA: Dinasti International Journal Of Economics, Finance & Accounting*, Vol. 3, No. 4, 360-369.
- Nutrifood. (2024). *Hilo Protein UHT Chocofit*. Diambil Kembali Dari Hilo: <https://www.hilo.co.id/>
- Portal Informasi Indonesia. (2024). *Menengok Industri Susu Tanah Air*. Diambil Kembali Dari [Indonesia.Go.Id: https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8301/menengok-industri-susu-tanah-air?lang=1](https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8301/menengok-industri-susu-tanah-air?lang=1)
- Pradana, M., Rubiyanti, N., Syahputra, S., & Rubiyanti, N. (2020). Halal Food Purchase Intention Of Muslim Students In Spain: Testing The Moderating Effect Of Need-For-Cognition. *Journal Of Islamic Marketing*, 434-445.
- Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Rajagrafindo.
- Prentice, C., Wang, X., & Lin, X. (2018). An Organic Approach To Customer Engagement And Loyalty. *Journal Of Computer Information Systems*, 1-10.
- Priadana, S, & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 32–46.
- Puspitasari , D. A., & Yunani, A. (2022). Pengaruh Event Marketing Dan Kredibilitas Influencer Terhadap Loyalitas Merek Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Erigo Store). *Dyah Ayu Puspitasari Dan*

Akhmad Yunani; *Pengaruh Event Marketing Dan Kredibilitas Influenceryume: Journal Of Management*, 208-218.

Putri, D. O., Suci, R. P., & Mulyono. (2022). Peranan Consumer Engagement Sebagai Variabel Mediasi Atas Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Era Digital Marketing (Studi Pada Konsumen Brand Fashion Realizm87). *Bulleting Of Management And Business*, Vol. 3 No. 1, 284-293.

Rachmadhian, A. K. (2021). The Impact Of Event Marketing On Building Brand Awareness For Fashion Customers. *Asean Marketing Journal*, 52-58.

Rahima, P. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Di Media Sosial Instagram Dalam Promosi Produk Hijab Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Wiriamaeazzahra). *Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan*.

Rahmadhani, A. V, & Widodo, A. (2023). Pengaruh Green Brand Image, Green Brand Trust, Green Brand Awareness Dan Green Brand Satisfaction Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3), 393–405.

Rijali, A. . (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. . (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Deepublish.

Sanjiwani, S. M, & Ketut Westra, I. (2022). The Influence Of Brand Image And Price On Pixy Lip Cream Buying Decision At PT Mandom Indonesia Tbk Bali 2022. *Arthaniti Studies*, 3(2), 104–114.

Santoso, A., , & Sispradana, A. R. . (2021). Analysis Toward Purchase Decision Determinant Factors. *Asian Management And Business Review (AMBR)*, 155-164.

Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 18-25.

Sastika, M., Syahriza, R., & Harianto, B. (2024). Analysis Of Factors Affecting Consumer Purchase Interest Through Celebrity Endorsement On Jiniso Products At Tiktok Shop. *Quantitative Economics And Management Studies (QEMS)* , 782-792.

Sekaran, R., & Bougie, U. (2016). Research Methods For Business: A Skill Building Approach. *John Wiley & Sons*.

- Septyadi, M. A., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literaturereview Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jmpis)*, 301-313.
- Seric, M., Ozretic-Dosen, D., & Skare, V. (2019). How Can Perceived Consistency In Marketing Communications Influence Customer-Brand Relationship Outcomes? *European Management Journal*, 1-9.
- Setiawan, R., Wibisono, D., & Purwanegara, M. S. (2022). Defining Event Marketing As Engagement-Driven Marketing Communication. *Gadjah Mada International Journal Of Business*, Vol. 24, No. 2, 151-177.
- Setyawan, S. P, & Hakim, L. (2023). Pertimbangan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga SPECS Melalui Citra Merek, Desain Produk, Dan Persepsi Harga (Kasus Di Kelurahan Kopen, Teras, Boyolali). *Jurnal Mirai Management*, 267-275.
- Simanjorang, T. M., Sukandar, E., & Purnomo, Y. J. (2023). Effect Of Event Marketing, Housing Concept And Location On Home Purchase Decisions. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12 No. 01, 202–206.
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 43-49.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: PT Pustaka Baru.
- Suryana , P. (2022). Event Marketing Marketing Strategy In Increasing Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Manajemen Indonesia*, 35-42.
- TEMPO. (2024). *Popularitas Olahraga Lari Di Indonesia Meningkat Berdasarkan Data Garmin*. Diambil Kembali Dari Tempo: <https://www.tempo.co/data/data/popularitas-olahraga-lari-di-indonesia-meningkat-berdasarkan-data-garmin-991192>
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi Dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 181-194.
- TOP BRAND AWARD. (2024). *Komparasi Brand Index*. Diambil Kembali Dari TOP BRAND AWARD: <https://www.topbrand->

Award.Com/Komparasi_Brand/Bandingkan?Id_Award=2&Id_Kategori=30&Id_Subkategori=18

Tri Cahyono, E, & Syahril, M. (2023). Pengaruh Iklan Dan Duta Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Shopee. *Gema Ekonomi*, 12(2), 558–569.

Wadjie, F. , Seplyana, D., Juliastuti, Rumahlewang, E., Fatchiatuzahro, Halisa, N. N., . . . Kusumaningrum, R. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung: WIDINA MEDIA UTAMA.

Wardhana, A. (2023). *Introduction To Consumer Behavior. Essentials Of Consumer Behavior: An Applied Approach, Second Edition, 3–18. .*

Wardhana, Aditya And Et Al. . (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Wardhana, Kartawinata, Budi Rustandi, & Syahputra. (2015). *Metode Riset Bisnis*. Bandung: Pt. Karya Manunggal Lithomas .

Widiasworo, E. (2019). Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi Dan Tesis (Ilalang (Ed.); 1st Ed.). *Araska*.

Wood, E. H, & Masterman, G. (2007). *Event Marketing: Experience And Exploitation*.

Yamin, S. (2023). *Olah Data Statistik SMARTPLS 3 SMARTPLS 4 AMOS & STATA (MUDAH & PRAKTIS) EDISI III*. Dewangga Energi Internasional Publishing.

Yaury, C. C. (2022). Pengaruh Event Marketing Pocari Sweat Run 2021 Terhadap Customer Engagement Pocari Sweat. Bab 2.

Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmaya, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., . . . Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik)*. Bandung: Widina Media Utama.