

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif; Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ahmadi, Rulam. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ardianto, Elvirano dan Bambang Q-anees. (2009). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baack, Donald and E., Kenneth Clow. (2014). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Sixth Edition*. Edinburgh, England: Pearson Education.
- Ghony, M. Djunaedi dan Fauzan Almanshur. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Indrawan, Rully dan Poopy Yaniawati. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip dan Lane, Keller Kevin. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Lane, Keller Kevin. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Lane, Keller Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Ketiga belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Moleong, Lexy J. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Morissan dan Wardhany, Andy Corry. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Noor, Any. (2013). *Manajemen Event, Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.

Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Shimp, Terence A. (2007). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion, Edisi Ketujuh*. New York: McGrawHill.

Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion, 8e*. International Print: South-Western, Cengage Learning.

Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi Empat*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Jurnal international:

Emma H. Wood and Guy Masterman. (2007). *event Marketing: Measuring an Experience?*. United Kingdom. Sumber: https://www.researchgate.net/publication/228630895_event_Marketing_Measuring_an_experience

Esu, Benjamin Bassey. (2014). Analysis of *event* Quality, Satisfaction and Behavioral Intention of Attendees of Calabar Festival, Nigeria. University of Calabar: Nigeria. Sumber: <http://ijbarr.com/downloads/2014/vol2-issue4/1.pdf>

Getz, Donald. (2007). *event* Tourism: Definition, evolution and research. University of Calgary: Canada. Sumber: https://www.researchgate.net/publication/270760957_Getz_D_2008_event_tourism_Definition_evolution_and_research_Tourism_Management_29_3_403-428

Ricards, Gregg. (2016). From Place Branding to Place Making: The Role of Events. Netherlands. Sumber: <http://www.emeraldinsight.com/1758-2954.htm>

Jurnal Nasional:

Pratiwi, M. Amira dan Doddy Wihardy. (2016). GATF Sebagai Salah Satu Implementasi Program *Public Relations* PT. Garuda Indonesia Dalam Mengembangkan Pariwisata Nasional. Universitas Budi Luhur: Jakarta. Sumber: <http://jomfikom.id/index.php/journal/issue/download/1/Mega%20Amira>

Sahyoga, Roy, Pamungkas, Indra N dan Ruth Mei Ulina Malau. (2016). Analisis Karakteristik *event* Ohle Goes to Kampus sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran PT Pikiran Rakyat. Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University: Bandung. Sumber: <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116702/analisis-karakteristik-event-ohle-goes-to-kampus-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran-pt-pikiran-rakyat.html>

Sanjaya, Martha. (2016). Analisis Penyelenggaraan Special *event* “End of The Year Marbella Night” oleh Extra Ordinary *event* Organizer. Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, Universitas Bina Nusantara: Jakarta. Sumber: <http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/EVLZQHOECCPUFM0GFS8Y0LO05.pdf>

Widyaningrum, Retno. (2009). Analisis Penggunaan *event* Sponsorship Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Gudang Garam Dalam Membangun Brand Image. Teknologi Pendidikan, Universitas Negeri Jakarta: Jakarta. Sumber:
<http://itkp.ac.id/file/6Analisis%20penggunaan%20even%20sponsorship.pdf>

Skripsi Terdahulu:

Haris, Ayudia Indira. (2015). Analisis *Online Marketing Communication* Pojok *event* Pada Acara Smile Motion 2015. Universitas Telkom: Bandung. Sumber:
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116511/analisis-strategi-online-marketing-communication-pojok-event-pada-acara-smilemotion-2015.html>

Nurrohman, Budi. (2016). Analisis Atribut *event* Pada Clear ice Cool Bus 2016 Bandung. Telkom University: Bandung. Sumber:
<https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/128190/analisis-atribut-event-pada-clear-ice-cool-bus-2016-bandung.html>

Rasyid, Rafika Isya. (2017). Analisis *event Marketing* Roadshow Pariwisata Pada Potensi Objek Wisata Taman Wisata Mekar Sari di Kabupaten Bogor tahun 2017. Universitas Telkom: Bandung. Sumber:
<https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/136824/analisis-event-marketing-roadshow-pariwisata-pada-potensi-objek-wisata-taman-wisata-mekarsari-di-kabupaten-bogor-tahun-2017.html>

Wirawan, Aldi. (2015). Analisis Komunikasi Pemasaran Records Label Melalui Sebuah *event* (Studi Kasus pada Fast Forward Records melalui *event* An_Intimacy). Universitas Telkom: Bandung. Sumber:
https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/107329/slug/analisis-komunikasi-pemasaran-records-label-melalui-sebuah-event-studi-kasus-pada-fast-forward-records-melalui-event-an_intimacy-.html

Artikel Surat Kabar online:

Bramantoro, Toni. (2017,Maret {16}). GATF Sukses Karena Kerja Keras Seluruh Karyawan Garuda Indonesia Group kata Benny Butar-butur. *Tribun News*. Diperoleh pada tanggal 9 September 2017 pukul 21:20 dari sumber <http://www.tribunnews.com/travel/2017/03/16/gatf-sukses-karena-kerja-keras-seluruh-karyawan-garuda-indonesia-group-kata-benny-butar-butur>

YouGov. (2016). Garuda Indonesia Merek Paling Positif. Website Katadata. Diakses pada tanggal 30 November 2017 pukul 21:57 WIB dari sumber <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/12/14/garuda-indonesia-merek-paling-positif>.

Artikel Majalah Online:

Hapsari, Mita Amalia. (2017, April {18}). Dukung Program Kemenpar, Garuda Siapkan Penerbangan Langsung ke 10 Bali Baru. *Airmagz*. Diperoleh pada tanggal 10 September 2017 pukul 15:05 dari sumber <http://www.airmagz.com/9742/dukung-program-kemenpar-garuda-siapkan-penerbangan-langsung-ke-10-bali-baru.html>

Dokumen Pemerintahan:

Kemeterian Pariwisata Negara Republik Indonesia, (2014). *Statistik Profil Wisatawan Nusantara*. Jakarta, Indonesia: Pusat Data dan Informasi Kementerian Pariwisata. Diakses pada 9, September 2017 pukul 10:14 WIB, dari <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Wisnus%202014.pdf>