

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru) Oleh. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 4(1), 1–15.
- ARIFIN, N. A., DJAMERENG, A., & ... (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer Pt. Tiga Production Dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan. ... : *Jurnal Kajian Dakwah ...*, 614–630. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16230>
- Ary Widiastini, N. M. (2015). Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1). <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v1i1.4492>
- Christof Graf (auth.) - Event-Marketing_ Konzeption und Organisation in der Pop-Musik-Deutscher Universit tsverlag (1998).pdf.* (n.d.).
- DE CORRAL, J. M. (1959). Severo Ochoa, winner of the Nobel Prize for physiology and medicine. His life and work. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de Espa a* (Vol. 22).
- Desandro, M. B. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak dalam Mempromosikan Event Wisata Seba Baduy*. 1–86. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/38657>
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022). *Pesona Jogja Calendar of Event 2022*. Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://visitingjogja.jogjaprovo.go.id/34926/pesona-jogja-calendar-of-event-2022/>
- Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. (2022). *Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta*. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. <https://pariwisata.jogjakota.go.id/>
- Emkayoga, D., Cahyabagaskara, B., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Komunikasi, J., Studi, P., & Komunikasi, I. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer Insight Communication Surabaya*.
- Fadhil, R. M., & Zaenuri, M. (2021). Strategi Recovery Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Pada Masa New Normal. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 2(2), 60–71.
- Ghosh, R. (2020). Event Marketing. In *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3631332>
- Jackson, N. (2013). Promoting and Marketing Events. In *Promoting and Marketing*

- Events*. <https://doi.org/10.4324/9780203583166>
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2022). *KEN 2022, Event Daerah Berkualitas Dorong Perekonomian Nasional*. Kemenparekraf/Baparekraf RI. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/ken-2022-event-daerah-berkualitas-dorong-perekonomian-nasional>
- Komunikasi, F. I., & Bandung, U. I. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Event “ Ajax Indonesia Tour 2014 ” Marketing Communication Strategy of “ Ajax Indonesia Tour 2014 ” Event*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN Principle of Marketing*. 1–63.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kusniadji, S., & Tarumanagara, U. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*. 83–98.
- Pariwisata, K., Ekonomi, D. A. N., Pariwisata, B., & Ekonomi, D. A. N. (2020). *Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif/ badan pariwisata dan ekonomi kreatif*. 2(186), 5–8.
- Prasetyo, A. S. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Tiket Online Studi Kasus Tiket2.Com. Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 25(1), 74–87. <https://doi.org/10.32477/jkb.v25i1.231>
- Rahma, A. (2018). *Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth)*. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 149–169. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.480>
- Ramadhan, M. A., & Chatamallah, M. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran X*. *Jurnal Riset Public Relations*, 19–22. <https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.641>
- Sarah, O. (2015). *Strategi Pemasaran Pariwisata Ke Asia Tenggara Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata (Disbudpar) Jawa Timur Tahun 2018-2020*. 1–131.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, A. M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. *Cv. Media Sains Indonesia*, 1, 1–38. www.penerbit.medsan.co.id
- Serrat, O. (2017). *Marketing in the Public Sector*. *Knowledge Solutions*, January, 111–118. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9_16

- Services, M., & Missed, A. N. O. (2004). the Marketing Behaviour of Public Service Organizations: What Can Relationship Marketing Contribute To the Development of Practice? *Genesis*.
- Themas. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer Insight Communication Surabaya*.
- Wohlfeil, M., & Whelan, S. (2005). Event-Marketing as Innovative Marketing Communications: Reviewing the German experience. *Journal of Customer Behaviour*, 4(2), 181–207. <https://doi.org/10.1362/1475392054797214>
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14–24. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i1.989>