

DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, S. P. (2021). EVENT MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN KAYN LABEL. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*,
- Bogdan, R., & Taylor, S. (1992). Pengantar metode kualitatif. *Surabaya: Usaha Nasional*.
- Dillard, J. P., Baxter, L., & Braithwaite, D. O. (2008). Goals-plans-action theory of message production. *Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspectives*, 65-76.
- Handayani, S. (2022). Strategi Pemasaran Elevenia.co.id Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Event Pop Up Market. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 6, 197–208.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN Principle of Marketing*. 1–63
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). Drawing valid meaning from qualitative data: Toward a shared craft. *Educational researcher*, 13(5), 20-30.
- Switala, M., Reformat, B., Gamrot, W., & Bilińska, K. (2018). *The influence of brand awareness and brand image on brand equity – an empirical study of logistics service providers—Journal of Economics & Management*.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*.
- Purwanto, D. T. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Prambanan Jazz Festival Dalam Menciptakan Brand Awerness Candi Prambanan*. Yogyakarta: Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta
- Jang, H., Olfman, L., Ko, I., Koh, J., & Kim, K. (2008). The influence of on-line brand community characteristics on community commitment and brand loyalty. *International Journal of Electronic Commerce*, 12(3), 57–80. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415120304>
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.

- Suwandiyanto, M. (2010). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arifianto, B. D., & Junaedi, F. (2014). Distribusi dan Eksibisi Film Alternatif di Yogyakarta, Resistensi atas Praktek Dominasi Film di Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 2(2), 74-84.
- Setiawati, S. R. (2019). Konsepsi Ruang Urban Yogyakarta dalam Kurasi Festival Film Dokumenter dan Jogja-NETPAC Asian Film Festival 2019. *Urban: Jurnal Seni Urban*, 3(1), 13-28.
- Nugroho, Garin dan Herlina, Dyna (2013). Paradoks dan Kontradiksi Film Indonesia. Jakarta: FFTV-IKJ.
- Habibi, Zaki (2013). Speak Out Your Films: When Asian Independent Film Festivals Send Messages to The World, dalam *Jurnal Komunikasi*, Volume 6, Nomor 2, April 2012. Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi UII.
- Irawanto, Budi (2004). *Menguak Peta Perfilman Indonesia*. Jakarta: Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.