

DAFTAR PUSTAKA

- Åhman, J., Hallgren, T., & Sörensson, A. (2023). *Event Marketing-How event marketing may impact a company's brand equity*.
- Azizah, N., & Lovett, M. M. (2021). Analisis Event Marketing dalam Meningkatkan Citra Merek STIKOM InterStudi. *Hubungan Masyarakat*, 7(1), 312–321. <https://doi.org/10.29313/.v7i1.27189>
- Barata, & Atep Adya. (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Alex Media Komputindo.
- Chandra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *Event Marketing, E-WOM, Citra Merek Terhadap Niat Beli: Konsep dan Aplikasi*. Intelektual Manifes Media.
- Cutlip, S. M. (2013). *The Unseen Power Public Relations: A History* (1st ed.). Routledge.
- Fajrin, F. V., & Wibowo, S. (2018). PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE PADA PT PIKIRAN RAKYAT BANDUNG TAHUN 2018. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(2), 357–369.
- Gbadamosi, A. (2017). *Young Consumer Behaviour: A Research Companion*. Routledge.
- Gilmore, J. H., & Pine, B. J. (1999). *The Experience IS the Marketing*. Strategic Horizons LLP.
- Gozali, I., Riyadi, B., & Ratnawati, H. (2023). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada pelanggan Starbucks Coffee Paragon Mall Semarang). *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 4(1), 372. <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>
- Hidayah, F. N. (2023). *Merek Fesyen Lokal yang Jadi Favorit Masyarakat Indonesia Versi Goodstats*. Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/merek-fesyen-lokal-yang-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-versi-goodstats-mavFg/>
- Jackson, A. A., & Koh, K. (2006). Special Event Marketing: An Analysis of a Country Fair. *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(2), 19–44.
- Kok, W., Ariesa, Y., Pratama, V., Kosasih, S., & Fernand Alianza, V. (2021). The Role of Brand Ambassador, Event Marketing and Digital Marketing on Purchase Decisions User Shopee. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 4(3), 4808–4814. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2263>
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=AvrFlgEACAAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan konsumen: studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek*. Bintang Visitama.
- Mahardika, L., & Dwiarta, I. M. B. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN DI KELURAHAN MENANGGAL SURABAYA*. UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA.
- Marentek, M. R., Supit, V., & Mandey, N. H. J. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Polimdo Pers.

- Medcom. (2024, March 2). *Erigo Rilis Koleksi Ramadan untuk Pertama Kali*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/gaya/your-fashion/0KvPD2Yb-erigo-rilis-koleksi-ramadan-untuk-pertama-kali>
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenada Media Group.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (Edisi 5). Erlangga.
- Nurssaimatusadiyah, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Prasetyo, V. (2023). STRATEGI MARKETING (EVENT MARKETING, BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS) UNTUK MENINGKATKAN PURCHASE INTENTION PAD ABANK MUAMALAT INDONESIA (BMI) KANTOR CABANG KOTA SEMARANG. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 10(2), 78–90.
- Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. (2021, April 9). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen*. Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Schmitt, B. H. (1999). EXPERIENTIAL MARKETING. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. ALFABETA.
- Sukarmin, Y. (2010). *Pemasaran Olahraga Melalui Berbagai Event Olahraga. Pendidikan Kesehatan Dan Rekreasi FIK UNY*, 2.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islami*. Pustaka Setia.