

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, N. R. (2020) *Akan dimulai tahun 2021, ini cara masyarakat mendapatkan vaksin Covid-19*, 28 September. Available at: <https://kesehatan.kontan.co.id/news/akan-dimulai-tahun-2021-ini-cara-masyarakat-mendapatkan-vaksin-covid-19?page=all>.
- Akbar, A. (2020) *BERAPA KEPADATAN PENDUDUK DKI JAKARTA SAAT INI?*, *statistik.jakarta.co.id*. Available at: <https://statistik.jakarta.go.id/berapa-kepadatan-penduduk-dki-jakarta-saat-ini/>.
- Allen, J. *et al.* (2011) *Festival and Special Event Management*. Australia: John Wiley & Sons.
- Andika, E. (2018) *Penerapan Strategi Event Marketing Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Di Hartono Mall Solo Baru, UNS-Fak Ekonomi dan Bisnis, Jur Manajemen Bisnis*. Universitas Sebelas Maret. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.encep.2012.03.001>.
- Arikunto, S. (2006) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Belch (2009) *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Caroline (2018) ‘Macam Macam Jenis Event Komersial’, *ShowUs*, (Event). Available at: <https://blog.showus.biz/post/20185949166/macam-macam-jenis-event-komersial>.
- Case, K. E. and Fair, R. C. (2007) *Principles Of Economics*. 8th edn. Edited by W. Hardani and D. Barnadi. Penerbit Erlangga.
- Crimmins, J. and Horn, M. (1996) ‘Sponsorship: From Management Ego Trip to Marketing Success’, *Journal of Advertising Research*, 36(4), pp. 11–21.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. and Broom, G. M. (2006) *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

D'Astous, A. and Bitz, P. (1995) 'Consumer Evaluations of Sponsorship Programmes', *European Journal of Marketing*, 29(12).

Egziabher, T. B. G. and Edwards, S. (2013) 'Pengaruh Event Marketing dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial dan Simultan', *Africa's potential for the ecological intensification of agriculture*, 53(9), pp. 1689–1699.

Hadi, K. (2020) *Revolusi Industri Farmasi di Tengah Pandemi COVID-19*, *Bisnis.com*. Available at: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201022/257/1308478/revolusi-industri-farmasi-di-tengah-pandemi-covid-19>.

Hasan, A. (2013) *Marketing dan Kasus Pilihan*. Bandung.

Haywood, R. (1991) *All About Public Relations*. USA: McGraw Hill.

Hidayat, A. (2013) 'Uji Normalitas dan Metode Perhitungan'.

Ilhamzen (2013) 'Uji Anova', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.

Indrawan, R. and Yuniawati, P. (2014) *Metode Penelitian*. Bandung: PT Refita Aditama.

Iskandar (2020) *Ini 4 Produk yang Paling Diburu Pembeli Online di Tengah Pandemi Covid-19*, *Liputan6.com*. Available at: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4218491/ini-4-produk-yang-paling-diburu-pembeli-online-di-tengah-pandemi-covid-19>.

Ismail, I. (2021) *Sponsorship Adalah: Pengertian dan Peran Pentingnya di Dalam Marketing*, *accurate.id*. Available at: <https://accurate.id/marketing-manajemen/sponsorship-adalah/>.

Kagan, J. (2020) *Average Ticket*, *investopedia.com*. Available at: <https://www.investopedia.com/terms/a/average-ticket.asp>.

Korry, D. I. (2017) 'Pengaruh Status Kerja Ibu Rumah Tangga Terhadap Coping Stress', *Repository Unika Sogijapranata*, pp. 36–44. Available at: <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/14757>.

Kotler, P. and Keller, K. L. (2009) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Jakarta: Erlangga.

Lemeshow, S. *et al.* (1990) *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. England: John Wiley & Sons.

Martensen, A. *et al.* (2007) ‘Application of A Model for the Effectiveness of Event Marketing’, *Journal of Advertising Research*, 47(3), pp. 283–301.

Masterman, G. (2007) *Sponsorship: For A Return on Investment*. Oxford: Elsevier.

Mongi, L., Mananeke, L. and Repi, A. (2013) *Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado*.

Noor, R. Z. Z. (2021) *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik Tahun 2016*. Deepublish.

Pengertian Korelasi dan Macam-Macam Korelasi (2016) *ciputrauceo.net*. Available at: <http://ciputrauceo.net/blog/2016/5/16/pengertian-korelasi-dan-macam-macam-korelasi>.

Prawira, A. E. (2021) *Alumni Kanisius Menteng 64 Siapkan 140 Ribu Dosis Vaksin Sinovac untuk 70 Ribu Akseptor*, *Liputan6.com*. Available at: <https://www.liputan6.com/health/read/4602880/alumni-kanisius-menteng-64-siapkan-140-ribu-dosis-vaksin-sinovac-untuk-70-ribu-akseptor>.

Rahmah, N. (2020) *Product Knowledge: Pengertian, Manfaat, Jenis dan Cara Mengukur PK Konsumen*. Available at: <https://www.pengadaanbarang.co.id/2020/11/product-knowledge.html>.

Ruslan, R. (2005) *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Salma, A. N. (2018) ‘PENGARUH SPONSORSHIP DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS (Studi pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC sebagai Global Official Airline Partner)’, *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 2(1), p. 1. doi: 10.18326/inject.v2i1.1-26.

- Shimp, T. A. (2000) *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2003) *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Silaen, S. (2018) *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bandung: In Media.
- Speed, R. and Peter, T. (2000) 'Determinants of Sports Sponsorship Response', *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(2). doi: <https://doi.org/10.1177/0092070300282004>.
- Stephanie, E. (2013) 'Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Atas Iklan Pada Produk Shampo L'Oreal di Surabaya', *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(2), pp. 1–21.
- Stipp, H. and Nicholas, P. . (1996) 'Modeling the Impact of Olympic Sponsorship on Corporate Image', *Journal of Advertising Research*, 36(4).
- Sugiyono (2009) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana and Iswandi (2008) 'Pengaruh Sales Promotion Terhadap Hasil Penjualan Studi Kasus Pada PT. Ultrajaya Milk Industri', *Ilmiah Kesatuan*, 10(1), p. 26.
- Sukmadinata, N. S. (2009) *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sukoco, M. (2013) 'Pengaruh Pemasaran Event Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Mizonedi Surabaya', *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 6 No. 1 Agustus*, 13(1), pp. 43–51.
- Sulaksana (2003) *Integrated Marketing Communications; Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Swastha, B. (2010) *Manajemen Penjualan*. 3rd edn. Yogyakarta: BPFEE.
- Swastha, B. and Irawan (1999) *Manajemen Pemasaran Modern*. 2nd edn. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. and Irawan (2000) *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. and Sukotjo, I. (1988) *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. 3rd edn. Yogyakarta: Liberty.
- Umar, H. (2014) *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. 2nd edn. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahyudi, D. and Djamaris, A. R. A. (2018) *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*. Available at: [http://repository.bakrie.ac.id/1255/1/Ilmu Statistik ITP.pdf](http://repository.bakrie.ac.id/1255/1/Ilmu%20Statistik%20ITP.pdf).
- Wicaksono, L. I. (2019) *5 Tahapan Menjadi Entrepreneurship*. Cikudanews.
- Yunita, L. D. and Handayani, T. (2018) 'Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah)', *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), p. 14. doi: 10.35697/jrbi.v4i1.989.
- Yusuf, A. M. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: prenadamedia group.