

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aditi, P. N. J. (2015). Strategi Promosi Event Namaste Festival. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume*, 14(02), 180-191.
- Akurat.co. (2022). Diakses pada 06 November 2022 pada laman <https://akurat.co/kembali-digelar-secara-offline-festival-neobank-localfest-digelar-3-hari>
- Amalia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 666
- Anonymus. 2022. Badan Pusat Statistik. Bps.go.id. Retrieved 29 November 2022.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Women and Men in Indonesia, Diakses pada 22 Januari 2023 pada laman <https://www.bps.go.id/>
- CNN Indonesia. (2022). Diakses pada tanggal 31 Oktober 2022 pada laman <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220519121027-227-798468/30-ribu-pengunjung-bakal-ramaikan-allo-bank-festival-2022>
- Creswell, J. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Darisman, T. (2022). *Strategi Komunikasi Public Relation Mengenai Pencemaran Limbah Industri* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS)
- DetikNTB.com, (2022). Diakses pada 06 November 2022 pada laman <https://detikntb.com/2022/05/15/bank-ntb-syariah-gelar-event-lari-maraton-samota/>
- Fa'jriyah, H., & Fawa'id, M. W. (2022). Peran Strategi Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus UD Santoso Wedding Decoration And Event Production Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Kota Kota Kediri). *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 90-103.

- Fadilah, M. N. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Cicip Event Jakarta Melalui Instagram Dalam Upaya Menumbuhkan Brand Awareness (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE). [http://digilib.bakrie.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=4983](http://digilib.bakrie.ac.id/index.php?p=show_detail&id=4983)
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldblatt, J. (2013). *Special events: creating and sustaining a new world for celebration*. Wiley Global Education.
- Ikhsan, M. (2017). Strategi Marketing Communication melalui Event dalam Meningkatkan Brand Image Harian Amanah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar). <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/12703/>
- Kom, M. I. Pengaruh Event Marketing Video Call K-Pop Terhadap Brand Awareness Mecimapro Pada Masa Pandemi. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/47671>
- Kompas.com.(2022). Diakses pada 14 Oktober 2022 pada laman <https://money.kompas.com/read/2022/03/28/083900326/konser-musik-diperbolehkan-lagi-sandiaga-uno--semua-atas-permintaan-raisa->
- Kompas.com. (2022). Diakses pada 31 Oktober 2022 pada laman <https://www.kompas.com/hype/read/2022/05/19/152517366/masih-pandemi-allo-bank-festival-2022-hanya-terisi-70-persen-kapasitas>
- Keller, K. L. (2013). Building strong brands in a modern marketing communications environment. In *The Evolution of Integrated Marketing Communications* (pp. 73-90). Routledge.
- Lubis, R. M., Isro, M. I., Al Fayyad, M., Fadli, A., Sazali, H., & Andinata, M. (2022). Strategi Pemasaran Himpunan Mahasiswa Bahasa Jepang dan Sastra Jepang USU dalam Mempromosikan Event Bunkasai USU 2022. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14249-14266.
- Muhammad, A. (2017). Efektivitas Sponsorship dalam Meningkatkan Brand Awareness PT. Sentra Timur Residence Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Bakrie

- (Studi Kasus: Event Maroon Festival 2017) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE)
- Mulyana, D., & Rakhmat, J. (1990). Komunikasi antarbudaya. Remaja Rosdakarya.
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (2021). Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(1), 81-91.  
<https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/7444>
- Permatasari, D. N. C. (2022). Strategi Peningkatan Brand Awareness Dan Aktifitas Promosi Dalam Sport Event (Studi Kasus: Event Maybank Bali Marathon 2019, Gianyar, Bali). *Jurnal Kepariwisata*, 21(1), 1-21.  
<https://ejournal.ppb.ac.id/index.php/jpar/article/view/697>
- Preyanto, B. R. (2019). Event Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Kolega Coworking Space (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).  
[http://digilib.bakrie.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=4992](http://digilib.bakrie.ac.id/index.php?p=show_detail&id=4992)
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- 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.  
(<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak/article/view/480/706>)
- Ramadhani, A. A., Sitasi, C., & Alicia, A. R. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness dalam Pengelolaan Event Public Relations melalui Platform Digital: Studi Kasus pada PT. Pilihanmu Indonesia Jaya. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 22(1), 51-56.
- Rowley, Jennifer dan Catrin Williams. (2008). The Impact of Brand Sponsorship of Music Festivals. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 26, No. 7
- Sisi Berita. (2020). Diakses pada 06 November 2022. Pada laman <http://www.sisiberita.com/2020/12/bank-bjb-hadirkan-festival-boba-untuk.html>.
- Sarwono, J. (2012). Path Analysis Dengan SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Tulasi, D. (2012). Marketing Communication dan Brand Awareness. *Humaniora*, 3(1), 215-222.
- Vaus, De David. (2002). *Survey in Social Research*. 5th Edition. London: Routledge.
- Waskito, M. A., & Ali, D. S. F. (2021). Pengaruh Event Marketing Bintang Sma 2020 Terhadap Brand Awareness Pocari Sweat. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Yousaf, A., Amin, I., & Gupta, A. (2017). Conceptualising tourist based brand-equity pyramid: an application of Keller brand pyramid model to destinations. *Tourism and hospitality management*, 23(1), 119-137.
- Widhiarso, W., & UGM, F. P. (2017). *Semantik Diferensial*. Fakultas Psikologi UGM. Yogyakarta. Online di: [http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/3\\_-semantik\\_diferensial.pdf](http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/3_-semantik_diferensial.pdf). Diakses pada, 10.