

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Aaker. (2015). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Mitra Utama.
- Albar. (2021). Pengaruh Sponsorship Copa Indonesia terhadap Citra Merek Dji Sam Soe. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(3), 19–40.
- Allen. (2014). *Festival & Special Event Management*. John Wiley & Sons Australia.
- Angelyn. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(1), 16–24.
- Any Noor. (2015). *Management Event*. Alfabeta.
- Banjarnahor. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Belch. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Communications Perspective (11 ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Cornwell. (2014). *Sponsorship in marketing: Effective communication through sports, arts and events*. Routledge.
- Cornwell. (2020). Sponsorship-linked marketing: Opening the black box. *Journal of Advertising*, 34(2), 21–42.
- Crimmins. (2022). Sponsorship: From Management Ego Trip to Marketing Success. *Journal of Advertising Research*, 36(4), 11–21.
- Dewi. (2014). *Evaluasi Event Marketing CSR “Camejasa” Terhadap Citra Taman LaluLintas Kota Bandung*. UPI.
- Durianto. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Emily A. Lamb. (2020). Both like it hot? Influence of temperature on two co-occurring intertidal barnacles in central Chile. *Journal of Experimental Marine Biology and Ecology*, 45(3), 54–61.

- Erlina. (2024). *Ini Gambaran Produksi, Ekspor, Konsumsi Kopi Indonesia hingga 2026*.
<https://databoks.katadata.co.id/agroindustri/statistik/a927a4885a13422/ini-gambaran-produksi-ekspor-konsumsi-kopi-indonesia-hingga-2026>
- Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV.Penerbit Qiara Media.
- Gardner. (2015). Sponsorship: An Important Component of the Promotions Mix. *Journal of Advertising*, 16(1), 11–17.
- Hidayat. (2020). Implementasi Event Marketing dan Social media Marketing Terhadap keputusan Pembelian pada PT NIION Indonesia Utama Tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2).
- Husnawati. (2017). *Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- ICO. (2023). *World Coffee Production*. International Coffee Organization.
- J.Moleong. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya,.
- John H Jackson. (2015). *Human Resource Management, Edisi 12*. Thomson South – Western.
- Karo. (2021). Pengaruh Sponsorship pada Event Bingen Fest Terhadap Brand Awareness Authenticity Clas Mild. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 141–154.
- Karsono. (2024). Event Internasional sebagai Sarana Marketing dan Branding UMKM (Studi pada UMKM Kopi Tjolo Kudus). *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 34–48.
- Kennedy. (2014). *Manajemen Event*. Penerbit BPI.
- Kotler, P. (2016a). *Marketing management 15e*. PearsonEducation.
- Kotler, P. (2016b). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P. (2017). *Marketing Manajement, 15th Edition New*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Masterman. (2015). *Strategic Sports event management Olympic edition. 2nd ed*. Butterworth-Heinemann.

- McDonnell. (2014). *Event sponsorship*. Routledge.
- Panuju. (2019). *Komunikasi pemasaran*. Prenamedia.
- Rahmaniati. (2019). Event Sponsorship Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Hydro Coco. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 8(2), 42–53.
- Rahmawati. (2024). Pengaruh Strategi Event Marketing dan Sponsorship Terhadap Brand Awareness Produk Noodle di PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk Kota Palembang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 1266–1278.
- Raisya. (2024). *Demam Konser Musik Menggila di Indonesia*. <https://data.goodstats.id/statistic/demam-konser-musik-menggila-di-indonesia-bcc4e>
- Rasmikayati. (2020). Analisis Faktor dan Tingkat Kepuasan Ditinjau dari Kualitas Produk dan Pelayanan pada Konsumen Sayuran Organik Di Lotte Mart Kota Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 351–364.
- Siregar. (2017). *Pengaruh Event Sponsorship terhadap Brand Image Rokok Sampoerna A-mild*. Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 1st Ed. Alfabeta.
- Syahputro. (2020). *Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial*. Caremedia Communication.
- Tariq. (2020). EWOM and Brand Awareness Impact on Consumer Purchase Intention: Mediating Role of Brand Image. *Pakistan Administrative Review*, 1(1), 84–102.
- Troy, H. (2014). *The Freelancer's Guide to Corporate Event Design: From Technology Fundamentals to Scenic and Environmental Design*. Taylor & Francis.
- Wachdijono. (2021). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEBERADAAN COFFEE SHOP DAN BARISTA PADA ERA PEMASARAN KOPI KE TIGA. *Paradigma Agribisnis*, 4(1), 11–24.