

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. &. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior Englewood Cliffs*. Prentice Hall.
- Amstrong, K. d. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Andreas M, M. H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Bussiness Horizons*.
- Argarini, N. (2008). Strategi Promosi PT. Tigawarna pada Semarang Expo. *Universitas Indonesia Library*.
- Belch, G. &. (2018). Advertising and Promotion: An Integrated Communications Perspective. *McGraw-Hill Education*.
- Cravens, D. W. (2013). *Strategic Marketing*. New York: Eight Edition MC Graw Hill.
- Cummins, J. &. (2004). *Sales Promotion; Menciptakan; Mengimplementasikan dan Mengintegrasikan Program Promosi Penjualan*. Jakarta.
- Dharmmesta, S. B. (2008). Pergeseran Paradigma dalam Pemasaran: Tinjauan Manajerial dan Perilaku Konsumen. *Kelola Gajah Mada University Business Review, VI*.
- Duncan, T. (2002). *Principles of Advertising & IMC Second Edition*. New York: The McGraw Hill Companies.
- Gardner, M. P. (1987). Sponsorship: An Important Component of the Promotion Mix. *Journal of Advertising*.
- Goldblatt. (2002). *Manajemen Event Organizer*. Jakarta: Gramedia.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Keller, K. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kennedy, J. E. (2006). *Marketing Communication- Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (Kelompok Gramedia).
- Kennedy, J. E. (2009). *Manajemen Event*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. d. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Kedus Belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kunandar. (2018). *Langkah Mudah Penelitian Tindakan Kelas Sebagai Pengembangan Profesi Guru*. Rajawali Pers.
- Macarthy, A. (2015). *500 Social Media Marketing Tips*.
- Moekijat. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noor, A. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Rosady, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Silverman, G. (2001). *The Secret Of Word Of Mouth Marketing : How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word Of Mouth*. United States Of America: Amacam.
- Stone, B. d. (2009). *Successful Direct Marketing Methods*. Eight Edition MC Graw Hill.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Ofset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ajzen, I. &. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior Englewood Cliffs*. Prentice Hall.
- Amstrong, K. d. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Andreas M, M. H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Bussiness Horizons*.
- Argarini, N. (2008). Strategi Promosi PT. Tigawarna pada Semarang Expo. *Universitas Indonesia Library*.

- Belch, G. &. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Cravens, D. W. (2013). *Strategic Marketing*. New York: Eight Edition MC Graw Hill.
- Cummins, J. &. (2004). *Sales Promotion; Menciptakan; Mengimplementasikan dan Mengintegrasikan Program Promosi Penjualan*. Jakarta.
- Dharmmesta, S. B. (2008). Pergeseran Paradigma dalam Pemasaran: Tinjauan Manajerial dan Perilaku Konsumen. *Kelola Gajah Mada University Business Review*, VI.
- Duncan, T. (2002). *Principles of Advertising & IMC Second Edition*. New York: The McGraw Hill Companies.
- Gardner, M. P. (1987). Sponsorship: An Important Component of the Promotion Mix. *Journal of Advertising*.
- Goldblatt. (2002). *Manajemen Event Organizer*. Jakarta: Gramedia.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Keller, K. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kennedy, J. E. (2006). *Marketing Communication- Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (Kelompok Gramedia).
- Kennedy, J. E. (2009). *Manajemen Event*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Kedus Belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kunandar. (2018). *Langkah Mudah Penelitian Tindakan Kelas Sebagai Pengembangan Profesi Guru*. Rajawali Pers.
- Moekijat. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noor, A. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.

- Rosady, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PTRajagrafindo Persada.
- Silverman, G. (2011). *The Secret Of Word Of Mouth Marketing : How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word Of Mouth*. United States Of America: Amacam.
- Stone, B. d. (2009). *Successful Direct Marketing Methods*. Eight Edition MC GrawHill.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.