



DAFTAR PUSTAKA

BOOK

- Any, N. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Ardhi, & Yudha. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Belch, E. G., & A, M. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. new york; mcgraw-hill .
- Crowther, & Philip. (2011). Marketing Event Outcomes: from tactical to strategic. *International Journal of Event and Festival Management*, 68-82.
- Hede, Marrie, A., & Pamm, K. (2011). Marketing Communications for Special Event. *European Journal of Marketing ; Bradford*, 987-1004.
- Henning, & Columbia. (1990). Penyelenggaraan dan Penafsiran Hasil-Hasil Diskusi Grup Fokus. *majalah kesehatan masyarakat departemen kesehatan RI*, 35-39.
- Hoyle, L. H. (2002). *Event Marketing HOW TO SUCCESSFULLY PROMOTE EVENTS*. New York: JOHN WILEY & SONS, INC.
- Kennedy, J., & Soemanagara, D. (2006). *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Vol. 1)*. Jakarta: Erlangga.

JURNAL PENELITIAN

- Aif, Muhammad Tsanial. 2007. Aktivitas promosi melalui event (Studi Deskriptif Kuantitatif Peningkatan Brand Awareness Arselan Indonesia Suporter Regional Jogja). Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ikhsan Muhammad. 2017 . Strategi Marketing Communication Melalui Event Dalam Meningkatkan Brand Image Harian Amanah. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- PPM, & Manajemen. (2008, Mei). *wordpress*. Dipetik Juni 2019, dari Event Marketing - AdPRO Indonesia: <https://www.google.com/amp/s/adproindonesia.wordpress.com/2009/06/24/event-marketing/amp/>



- Prasetyo Arif. 2019. Event Marketing Pada We Challenge Youth Project Yogyakarta. Departemen Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada.
- Ruswandi, B. (2006). *Penerapan Sistem Antrian Sebagai Upaya Mengoptimalkan Pelayanan Terhadap Pasien Pada Loker Pengambilan Obat di Puskesmas Cicurug Sukabumi Jawa Barat*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Hidayatullah Jakarta.
- Schrum. (20004). *kelompok 4 ENTERTAINMENT - 2pa19*. Dipetik Juni 2019, dari <http://blog2pa19.blogspot.com/2015/10/entertainment.html?m=1>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, & Uyung. (2007). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wu, S.-I. (2016). Competing Model of Event Marketing Activities. *International Journal of Marketing Studies*, 8.

WEBSITE

- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman, diakses 07 Maret 2019, pukul 10.00 WIB < <https://perindag.slemankab.go.id/> >
- INDONEWS 2018, Data dan Fakta Pasar Tradisional di Indonesia, diakses 15 Maret 2019, pukul 20.00 WIB < <https://ekbis.sindonews.com/read/1298361/34/data-dan-fakta-pasar-tradisional-di-indonesia-1523887318> >
- REPUBLIKA.CO.ID, Delapan Pasar Tradisional Ditinggalkan Pembeli, diakses 04 April 2019, pukul 16.00 WIB < <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/03/31/p6fyyb335-delapan-pasar-tradisional-sleman-ditinggalkan-pembeli> >