

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Skripsi, dan Jurnal

- Angin,R.,& Balafif, B. (2017). Peran Jember Fashion Caranaval (JFC) Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jember (Sektor Pariwisata 2011-2015). *Jurnal Politico*, 17(1), h. 53-72
- Ambarwati, A. (2011). *Evaluasi Strategi Promosi Dinas Pariwisata Propinsi Bali Dalam Event Pesta Kesenian Bali Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara*. (Tesis, UPN Veteran Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia). Diakses dari <http://repository.upnyk.ac.id/908/> pada 25 April 2021
- Ariando, V. (2015). *Destination Branding Kepulauan Seribu: Studi Kasus Destination Branding Kepulauan Seribu Dalam Upaya Mengembangkan Destinasi Wisata Bahari Internasional*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia). Diakses dari http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/78522 pada 20 Agustus 2021
- Belch, G.E.,& Belch, M.A. (2015). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. 10th ed. New York: McGraw-Hill.
- Çelik, S.,& Çetinkaya,M. (2013). Festival in Event Tourism: The Case of International Izmir Art Festival. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*. 3, h. 1-21
- Cruz, Zenaida L. (2005). *Principles of Tourism part ii (Updated Edition)*. Filipina: Rex Book Store, Inc.
- Desthiani, U.,& Suwandi. (2019). *MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)*. Tangerang: Unpam Press
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, Research. *Tourism Management Journal*, 29 (3), h. 403-428
- Gunasekharan, T., Basha, S., & Lakshmanna B. (2015). A Study on Impact of Promotion Mix Elements: Advertising, Personal Selling & Public Relation of DTH Manufacturers on Customer Behaviour. *IJAHMS*, h. 20- 30.
- Hariwijaya, M. (2007). *Metodologi dan Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Parama Ilmu
- Heryanto, G., & Rumar, S. (2015). *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

- Kartajaya, H., & Nirwandar, S. (2013). *Tourism Marketing 3.0: Turning Tourist to Advocate*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, P. (2010). *Marketing of Hospitality and Tourism Services*. New Delhi: Tata McGraw Hill
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2012) *Marketing 12th edition*. South Western: Cengage Learning
- Mill, R.C. (2000). *Tourism The International Business*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mulyana, M. (2014). Strategi Promosi dan Komunikasi. Dalam Basu Swastha Dharmmesta (Ed), *Ekma 4216 Manajemen Pemasaran* (2nd ed., h.57-63). Tangerang: Universitas Terbuka.
- Noor, A. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta
- Proborini. (2017). Jember Fashion Carnival (JFC) Dalam Industri Pariwisata Di Kabupaten Jember. *Jurnal Seni Budaya MUDRA*, 3 (2), h. 262-275
- Rismayadi, T. (2016). *Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin, Sulawesi Selatan, Indonesia). Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/77626916.pdf> pada 25 April 2021
- Skoultos, S., & Tsartas, P. (2009). Event Tourism: Statements And Questions About Its Impact On Rural Areas. *Tourismons: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(2), h. 293-310
- Sukoco, M.H. (2014). Pengaruh Pemasaran Event Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Mizonedi Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(3), h. 748-758
- Suwantoro, G. (2000). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wibowo, A. (2015). Strategi Promosi Event Namaste Festival. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14 (02), h. 180-191
- Yin, R.K. (2003). *Studi Kasus: Desain & Metode* (M.Djauzi Mudjakir, Penerjemah). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Artikel Daring