

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, B. (2019). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Enterprice, J. (2009). *63 Jenis Usaha Bisnis Online Sambilan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hery. (2018). *Perencanaan Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century (John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning)*. United Stage of America: MIT press.
- Kodrat, D. S. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Prenada Media.
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: metode penelitian komunikasi : konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mahyuddin, M. A., & Mubaraq, D. F. (2019). *Sosiologi Komunikasi: (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Gowa: Penerbit Shofia.
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., Tanjung, R., Irdawati, I., Tjahjana, D., & others. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- P.P.I.M. (2021). *Belajar dan Mengajar Efektif ketika Pandemi*. Padang: Al-Fannani Publisher.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Prawiradilaga, D. S. (2016). *Mozaik Teknologi Pendidikan: E-Learning*. Jakarta: Kencana.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., & others. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Penerbit Widina.

- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rumondang, A., Sudirman, A., & Dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- SmitDev, E. H. S. (2013). *Browsing Aja Di Internet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Van de Sand, F., Frison, A. K., Zotz, P., Riener, A., & Holl, K. (2019). *User Experience Is Brand Experience: The Psychology Behind Successful Digital Products and Services*. Berlin: Springer International Publishing.
- Wijaya, S. (2021). *Manajemen Event: Konsep dan Aplikasi - Rajawali Pers*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

Jurnal

- Brakus, J. Josko, Bernd H. Schmitt, and L. Z. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 52–68.
- DPP Ivendo. (2020). *Laporan Perkembangan Industri Event Indonesia Terkait Wabah Covid-19* (Issue April). Indonesia Event Industry Council.
- Rahmat, & Marso. (2020). Hubungan Brand Experience , Brand Image , Brand Satisfaction , Dan Brand Loyalty Dalam Pespektif Four- Stage Loyalty Model (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Smartphone di Tarakan). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 17–24.



