

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A, I. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Ardianto, E. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Belch, George E, M. A. B. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective (9th Edition)*. McGraw Hill.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Duncan, T. (2008). *Principles of Advertising and IMC 2nd edition. Mc. Graw Hill International Edition*.
- Duncan, Tom. (2008). *Principles of Advertising & IMC (2 nd Edition)*. Mc Graw Hill.
- Effendi, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak.
- Gill, R. . P. A. C. (2019). *Creative Hubs In Question: Place, space and work in the creative economy*. Palgrave Macmillan.
- Hermawan, K. (2015). *Marketing in Challenging Times*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hoyle, J. L. (2006). *Event marketing*. PPM.
- Iriatara, Y. (2004). *Manajemen Strategis Public Relations*. Ghalia.
- Kenddy, E. J. (2006). *Manajemen Event*. PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P. & G. A. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke 9)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 9*. Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. . (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Penerbit

Kencana.

Nirwandar, S. (2014). *Building WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*. Gramedia.

Noor, A. (2009). *Management Event*. Alfabeta.

Prasetyo, B. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. UB Press.

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I* (Edisi 5). Erlangga.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya)*. UTM PRESS.

Jurnal:

Evawani Elysa Lubis, Nita Rimayanti, R. (2019). *Event Marketing sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Siak dalam Membentuk Brand Awareness "Siak The Truly Malay."* *Urnal Ilmu Komunikasi, Universitas Riau*.

Fitri, T. S. N. (2018). *Event marketing Urban Gigs Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Produk GG Mild di Pekanbaru*. *Ilmu Komunikasi, Universitas Riau*.

Rizki Audina, N. A. (2019). *Peran Bandung Creative hub dalam Membangun City Branding Kota Bandung sebagai Kota Kreatif*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Telkom, Volume 6*.

Wardhana, H. W. (2019). *Implementasi dan Pencapaian Brand Awareness atas Aktivitas Penyelenggaraan Event Marketing oleh Ion Production: Studi Pada Event Telkomsel*. Universitas Airlangga.

Yulianti, N. M. D. R., & Pratiwi, D. (2019). *Event Marketing Sebagai Faktor Penarik Minat Kunjungan Konsumen di Level 21 Mall*. *Media Bina Ilmiah, Vol.13 No*

Website:

Sumbar.antaranews (2022). *"Fabriek Bloc" akan hadir di Padang jadi Ruang Kreatif* <https://sumbar.antaranews.com/amp/berita/481281/fabriek-bloc-akan->