

## DAFTAR PUSTAKA

- A Badi, K. (2015). *The Dimensions of Marketing Mix, Management and Organizational*. Oman: Sciedu Press.
- Ade Putranti Prasetyo W.T., S. M. (2020). *Manajemen Media Massa*. Yogyakarta: PT. PUSTAKA BARU.
- Ali, L. w. (2011). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Budyatna, M. (2015). *Teori-Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Djohan. (2016). *Psikologi Musik*. Yogyakarta: Indonesia Cerdas.
- Donni Juni Priansa, S. S. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Drs. Tantang S., M. (2016). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Rosda.
- Goldblatt, J. (2013). *Special Events*. New York: John Wiley and Sons.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, A. G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* . Bogor: Mitra Wacana Media.
- Mukhtar. (2013). *Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, I. M. (2018). Harga dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Upnormal. *Jurnal Sosio E-Kons*.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA cv.
- Wardhana, A. (2021). *Manajemen Pemasaran* . Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA.
- West, R. L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.