

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Saputro. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Any, Noor. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Asa, A. I. (2019). Pendidikan karakter menurut Ki Hadjar Dewantara dan Driyarkara. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 10(2).
- Bairrada, C. M., Coelho, F., & Coelho, A. (2018). Antecedents and outcomes of brand love: utilitarian and symbolic brand qualities. *European Journal of Marketing*, 52(3–4), 656–682. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2016-0081>.
- Basu, S dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada.
- Buchari, Alma, (2007), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasara edisi pertama*. Jakarta: kencana prenada media goup.
- Dari, U., & Hudaidah, H. (2021). Implementasi konsep pendidikan karakter Ki Hajar Dewantara bagi mahasiswa generasi Z. *PENSA*, 3(1), 76–86.
- Darniyati, R., Artha, E. U., & Setiawan, A. (2018). Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Pemain pada Cabang Olahraga Futsal dengan Metode Profile Matching. *Jurnal Komtika (Komputasi Dan Informatika)*, 2(1), 61–70.
- Deliusno. (2020,). Apa itu TikTok. Retrieved from <https://review.bukalapak.com> .
- Demensah, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Event Miss Scuba Indonesia Dalam Mendukung Branding Wisata Bahari Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 4(6), 3605-3614.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Ki Hajar Dewantara: Pemikiran dan perjuangannya*. Jakarta: Depdiknas.

- Dewantara Sport. (2025). Dewantara Cup III 2025. Diakses pada 30 Juli 2025 dari <https://www.instagram.com/dewantarasport/>
- Dewantara Sport. (2025). Promosi dan publikasi Dewantara Cup III 2025 [Instagram page]. Retrieved from <https://www.instagram.com/dewantarasport/>
- Ekasari, N. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi Volume 16, Nomor 2, Hal. 81-102.
- Fandy Tjiptono. (2001). Strategi Pemasaran (Pertama ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Filo, K., Lock, D., and Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport Management Review*, 18(2), 166-181.
- Ginting, N., & Danu Priatna, B. (2019). Penataan Aspek Arsitektur Dan Visual Pada Kawasan Ekowisata Bukit Lawang. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 2(1). <https://doi.org/10.32734/ee.v2i1.422>.
- Hafidz, Ibnu Novel. 2017. CEO Chief Event Organizer. Yogyakarta: GAVA MEDIA.
- Haryanto, J.O. (2017). *Beyond Marketing: Growth & Sustainability*. Jakarta: Gramedia.
- <https://databoks.katadata.co.id>
- <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Himawan, A. (2020). Analisa Produktifitas Gol Memasukkan Tim Futsal Bintang Timur Surabaya Pada Pro Futsal League Tahun 2020. *Satria: Journal of Sports Athleticism in Teaching and Recreation on Interdisciplinary Analysis*, 3(1), 1–8.
- Irianto. (2015). *Memahami Berbagai Macam Penyakit*. Bandung: CV Alfabeta.
- Jacobus, S. N. H., Lumapow, H. R., & Harun, M. (2023). Pendidikan karakter Ki Hajar Dewantara dalam konsep Merdeka Belajar. *Jambura Elementary Education Journal*, 4(2), 112–129.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). The Uses of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. 19-32).
- Kukuh Setyo Pambudi dan Indah Yasminum Suhanti, (2017), "Penelitian Studi Kasus Fenomenologi Persepsi Keadilan Pelaku Pembunuhan Anggota PKI", *Sains Psikologi*, Vol.6, No.1
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Keizer, D. P. (2011). Event organizer sebagai peluang wirausaha. *Humaniora*, 855-859.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kristiyanto, A. (2008). *Standarisasi Penyelenggaraan Event Olahraga*. Solo: Universitas Sebelas Maret.
- Lhaksana, Justinus. (2011). *Taktik dan Strategi Futsal Modern*. Jakarta: Be Champion.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Maryadi, R., & Herliani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Promosi Event (Studi Kasus : Kota Bandung). *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018*.
- Moekijat. 1990. *Dasar-dasar Organisasi dan Manajemen*, Mandar Madju, Bandung.
- Mutohir, T, C. (2005). *Secercah Harapan Buat Olahragawan* (Cetakan Pertama). Klaten: Sunda Kelapa Pustaka.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Natoradjo, S. 2011. *Event Organizing: Dasar-Dasar Event Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2013. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nurhalimah, S. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Sleman: Deeppublish .
- Novianti, K. D. P., Putri, N. K. W. L., & Purnamayanti, I. A. G. W. (2022). Analisis Penerimaan Sistem Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus : Sijalak Desa Pohsanten). *INSERT : Information System and Emerging Technology Journal*, 2(2), 113.
- Putranto, J. P., & Kafrawi, F. R. (2020). Analisis Kemampuan Passing Dan Shooting Pemain Futsal Putra Kabupaten Magetan Pada Pertandingan Babak Penyisihan Grup Pra Porprov Jawa Timur Tahun 2019. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 8(1).
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizky, NST. M. F. & Yasin. H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis* 2014. 135-143.
- Rohaeni Heni. 2016. *Model Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai*.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. New York: Free Press.
- Sanjaya, W. (2012). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior (9th ed.)*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Supradono Bambang, Hanum Ayu Noviani.2011. Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Suryanto. (2015). Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Syahid, M. M. (2017). Perbedaan Indeks Kelelahan Dan Vo2 Max Berbagai Posisi Pada Pemain Futsal: Maker, Flank dan Pivot. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Syahrur, dan Salim. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Ciptapustaka Media.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Uno, H. B. (2011). Teori motivasi dan pengukurannya: Analisis di bidang pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- UU RI No.3 Tahun 2005. Tentang Sistem Keolahragaan. Presiden Republik Indonesia; 2005.
- Van Dijk. (2013). The Culture of Connectivity: Critical History of Social Media. UK: Oxford University Press.
- Wibowo, H. (2021). Pengembangan Soft Skill Mahasiswa Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler. Jakarta: Prenada Media.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Retrieved from <https://wearesocial.com/insights>.
- Yudianto,Lukman. 2009. Teknik Bermain Sepakbola dan Futsal, Visi 7.
- Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. Canada: O'Reilly Media, Inc.
- Zuhri, R., & Faruk, M. (2020). Analisis Stastistik tim Vamos Mataram Tahun 2016/2017 (Studi Kasus Pertandingan Vamos Mataram vs Bintang Timur Surabaya dan Vamos Mataram vs Permata Indah Manokwari). Jurnal Prestasi Olahraga, 3(3).