

DAFTAR PUSTAKA

- Abratt, Rusell. (1989). *A New Approach to the Corporate Image*. Journal of Marketing Management No.1 63-76. South Africa: University of Witwatersran
- Ali, Dini Salmiyah Fithrah. (2017). *Marketing Public Relations diantara Penjualan dan Pencitraan*. Yogyakarta : Deepublish
- Anshori, Y., & Satrya, DG. (2008). *Sparkling Surabaya-Pariwisata dengan Huruf L*. Malang: Bayumedia
- Argenti, Paul., & Forman, Janis. (2002). *The Power of Corporate Communications: Crafting the Voice and Image of Your Business*. New York : McGraw-Hill
- Arief. (2007). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Banyumedia Publishing
- Astuti, Prida Ariani Ambar. (2011). Membangun Merek Melalui Penyelenggaraan Sebuah Event: Studi Kasus Pada Event “Sour Sally Just Wanna Have Fun”. *Jurnal Komunikasi, Volume 1, Nomor 2, Januari 2011*
- Batubara, Juliana. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling , Volume 3, No. 2 (2017), 95-107*
- Bungin, Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Dowling, Grahame R. (1994). *Coorporate Reputations: Strategies for Developing the Coorporate Brand*. London: Kogan Pages Limited
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourist*. USA: Cognizant Communication Corporation
- Ghony, Djunaidi., & M, Almanshur Fauzan. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media
- Griffin, EM. (2006). *A first Look at Communication Theory*. USA: Mc Graw Hills Company Inc.

- Hadi, Sutrisno. (2001). *Metodologi Research*. Yogyakarta: ANDI
- Hardjana AA. (2008). *Komunikasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi. Jurnal Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Hasanah, Hasyim. (2017). *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Semarang : Jurnal Walisongo
- Hedynata, Livia Marceline., & E.D Radianto, Wirawan. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No.1*
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika
- Hikmat, Mahi M. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jackson, Nigel. (2013). *Promoting and Marketing Events. Theory and Practice*. New York: Routledge
- Jatmiko & Setyawati, Retno Lies. (2015). Pengaruh Brand Positioning dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ekonomi Volume 6 Nomor 2*.
- Jenty, Feberi., & Setyanto, Yugih. (2018). Pemanfaatan Event sebagai Upaya Public Relations dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi pada PT. XYZ sebagai pendukung kegiatan Asian Games 2018. *Jurnal Prologia. Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 320 – 326*
- Kose, Huseyin., Argan, Mehpare Torkay., Argan Metin. (2015). Special event management and event marketing: A case study of TKBL all star 2011 in Turkey. *Journal of Management and Marketing Research*.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12 Jilid 1)*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2006). *Marketing Management*. Twelve Edition. New Jersey:Prentice Hall.
- Kriyantono, Rahmat. (2014). *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana
- Lontoh, Michael N. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Medan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16, No. 01
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marta, Rustono Farady. (2015). Analisis Komunikasi Pemasaran Melalui Strategi Brand Activation Pond's Untuk Meraih Top Brandaward 2013. *Jurnal Ilmiah Komunikasi MAKNA Vol. 6 No. 1, Februari-Juli 2015*
- Mulyadi, Mohammad. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media Vol. 15 No. 1 : 52*
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morsi, Nada Ismail. (2016). Events as an Internal Communication Tool Integrating Corporate Value through Internal Events. *Proceedings of 35th International Business Research Conference 30 - 31 May 2016, American University in the Emirates, Dubai, UAE ISBN: 978-1-925488-06-7*
- Morissan. (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Mulyana, Dedy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. (2007). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Nugrahaini, Resti Lusan., Adiarni, Nunuk., Najamuddin, Mudatsir. (2014). Analisis Penguatan Merek dalam Membentuk Ekuitas Merek pada Minuman Sari Buah BB (Studi Kasus: Mahasiswa (end user) di Fakultas Sains dan Teknologi). *Jurnal Agribisnis*, Vol. 8, No. 2, Desember 2014, [189 - 201] ISSN : 1979-0058

- Permana, I. (2012). *Brand is Like a Donut*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer
- Pelsmacker, P., Geuens, M., & Bergh, J. (2001). *Marketing Communication*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Piva E., Cerutti, S., Prats, L., & Raj. R.,. (2017). Enhancing Brand Image through Events and Cultural Festivals: the Perspective of the Stresa Festival's Visitors. *Almatoursim Journal of Tourism, Culture and Territorial Development* *almatourism.unibo.it* – ISSN 2036-5195 - <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/6888>
- Praja, Bryan Sacaksana Setya. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Fanta PT. CocaCola Amatil Indonesia di Kota Semarang*. Dokumen Karya Ilmiah. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- Rahab dan Wahyuni Purbudi. (2011). *Teknik Penggalian Data Kualitatif*. Purwokerto: UPT Percetakan dan Penerbitan Universitas Jenderal Soedirman
- Ruslan, Rosady. (2003). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Ruslan, Rosady. (1997). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers
- Salelaw. GashawTibebe., & Singh, Amapreet. (2015). The Effects of Advertising Spending and Event Sponsorship on Brand Equity in the Ethiopian Brewery Industry. *Global Journal of Management and Business Research: E-Marketing* Volume 15 Issue 10 Version 1.0 Year 2015 Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853
- Satawedini, Patama. (2005). *Marketing Public Relations (MPR): The Unbelievable Integrated Marketing Communication. Thailand: Department of Public Relations, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.*
- Satori, Djam'an., & Komariah, Aan. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan & Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Sistaningrum, Widyaningtyas. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius

- Soemirat, Soleh., & Elvinaro, Ardianto. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sukandarrumidi. (2012). *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sunarya, Abas PO., Sudaryono., & Saefullah, Asep. (2011). *Kewirausahaan*. Edisi I. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. ANDI: Yogyakarta.
- Trimanah. (2012). Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations. *Jurnal Ilmiah Komunikasi | MAKNA Vol. 3 No. 1, Februari – Juli 2012*
- Wahid, Umaimah dan Puspita Anggun Eka. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi ISSN 2085-1979, EISSN 2528 2727 Vol. 9, No. 1, Juli 2017, Hal 31 – 43*
- Wahyuningsih, Sri. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya*. Madura: UTM Press
- Wahjoyo, Sentot Imam. (2010) *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu