



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Andy Green. 2004. *Kreatifitas Dalam Public Relation*, Jakarta: Erlangga
- Shimp, A, Terence. 2004. *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu - Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Shimp, A, Terence, 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga
- Shimp, A, Terence. 2013. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- A.M, Adhy Trisnanto, 2013. *Ngobrol Santai Soal Marcomm*, Yogyakarta: Jogja Bangkit Publisher.
- Belch, George dan Belch, Michael. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill
- Cannon, Joseph P., Perreault, Jr.William D., McCarthy, E.Jerome. 2008. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Edisi Ke-11. Salemba Empat. Jakarta.
- Cannon, Joseph P., Perreault, Jr.William D., McCarthy, E.Jerome. 2008. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Edisi Ke-11. Salemba Empat. Jakarta
- Clow, Kenneth, Donald Baack, 2012 *Integrated Advertising ,Promotion and Marketing Communication*, New Jersey : Prentice Hall,2007

- Creswell John.W. 2014. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cornwell, T. B. & Coote, L. V. 2005. *Corporate sponsorship of a cause: The role of identification in purchase intent*. Journal of Business Research
- Cutlip, Center & Broom. 2009. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Djaslim, Saladin dan Yevis Marty Oesman, 2002, *Intisari Pemasaran dan Unsur – Unsur Pemasaran, Cetakan Kedua*, Bandung: Penerbit Linda Karya.
- Duncan, Tom. 2008. *Principles of Advertising and IMC*. Boston: McGraw Hill.
- Goldblatt, 2013. *Manajemen Event*, New York : John and Wiley & Sons, Inc
- Goldblatt, J. 2013. *Special Events, 7th Edition*, New York: John and Wiley & Sons, Inc
- Gulo, W. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo
- Hoyle, Leonard H. 2002. *Event Marketing*, New York : John Wiley & Sons, Inc
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller K Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Ekonomika Pembangunan : Masalah, Kebijakan dan Politik*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook Edition 3*. USA : Sage Publications.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. 2008. *Manajemen Strategis 10*. Jakarta: Salemba Empat
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rangkuti, Freddy, 2002. *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama
- Titik Wijayanti, 2012. *Management Marketing Plan*. Jakarta : PT Elex media Komputindo

Sumber Online :

- Kurniawan, Djoko. 2013. "SPG, Inilah Pertimbangan Penting Perusahaan." *Epaper Bisnis Indonesia*. 14 Juli 2013. Diakses 15 Januari 2018

[.http://manajemen.bisnis.com/read/20130714/239/150706/spg-ini-pertimbangan-penting-perusahaan](http://manajemen.bisnis.com/read/20130714/239/150706/spg-ini-pertimbangan-penting-perusahaan)

Prahadi, Yeffrie Yundiarto. 2015. “*Industri FMCG Asia, Dikuasai Pasar Lokal*”.<https://swa.co.id/swa/business-strategy/industri-fmcg-asia-dikuasai-produk-lokal>

SKRIPSI :

Widyaningrum, Retno. 2005. *Analisis Penggunaan Event Sponsorship Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Gudang Garam dalam membangun Brand Image*. Jakarta: Universitas Negeri

Purtanto, Agus & Dina. 2008. Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Event* dalam Pembentukan *Brand Equity* “Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran terhadap *Brand Equity Pocari Sweat* Pada YGO *Event Management*”. Yogyakarta: Universitas Atma Yogyakarta.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA