



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

BUKU

- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Ambadar, Jackie. (2007). *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Colin, T.C. (2002). *Pedoman Praktis Untuk PR*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Creswell, J. W. (2014). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications.
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Denzin, N.K., Lincoln, Y.S. (2009). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications.
- Emzir. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Rajagrafindo Persada.
- Gassing, Syarifuddin S. dan Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing*. Jakarta : Prenada Media Group.
- McCabe, Scott. (2012). *Marketing Communications in Tourism & Hospitality*. New York: Routledge
- Miles, M.B., Huberman, A.M., Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: Sage Publications.
- Moleong, L.J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Morissan, A.M. (2008). *Menejemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, Andy. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Raco, C. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo.
- Robbins, Stephen. (1990). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prehalindo.
- Shimp, A.T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Straub, T.J dan Attner, F.R. (1994). *Introduction to Business*. California: Wardworth Publishing Company.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyanto, B. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wagen, L. V., & Carlos, B. R. (2005). *Events management for tourism, cultural, business, and sporting events*. Upper Saddle River: Pearson.

ONLINE

- Haq, Arydinal. 2016. Strategi *Brand Activation* SPECS dalam Mewujudkan *Brand Awareness*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Diakses 9 pada Juni 2019.
http://digilib.uin-suka.ac.id/23966/1/10730099_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf
- “*Industri Pariwisata Indonesia*”. 2016. Indonesia Investment. Diakses pada 20 Juni 2019.
<https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051>
- Kadek. 2013. “*Apa yang Membuat Anda Memilih Suatu Hotel*”. Diakses pada 20 Juni 2019.
<https://bola.kompas.com/read/2013/01/20/11514235/apa.yang.membuat.andamemilih.suatu.hotel>

Siregar, Denny. 2011. “*Out of Home dan Brand Activation*”. Diakses pada 20 Juni 2019.

<http://www.p3i-pusat.com/berita/214-out-of-home-dan-brand-activation>

Wallace, Steve. 2014. “*Brand Activation: Bringing Brands to Life*”. Diakses pada 21 Juni 2019.

<http://www.brandactivation.ca/brand-activationtrade.html>



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA