



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

- Allen, Johnny. (2011). *Festival & Special event Management. 5th edition*. Australia: John Wiley & Sons.
- Bachri, Bachtiar S. (2010). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Baran, Stanley J. (2009). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture Updated Edition*. McGraw: New York
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design : Qualitative, Quantitative, & Mixed Method Approaches* . USA: SAGE Publications.
- Danial, Endang dan Nanan Wasriah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan.
- Danim, S. (2002). *Menjadi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Davis, S. M. (2000). *Brand Asset Management*. California: Jossey, Bass, inc, Publishers
- Durianto, Sugianto, & Stinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Emzir. (2012). *Analisi Data : Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Goldblatt, Joe. (2010). *Special events: A New Generation and the Next Frontier. 6th Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kasali, R. (2008). *Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Third Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kertajaya, Hermawan. (2007). *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- McQuail, Dennis. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Noor, Any. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: ALFABETA.

- Nova, F (2009). *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Pudjiastuti, Wahyuni. (2010). *Special Event Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Putra, Cahaya Dwi Kadek. (2009). *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 6, Nomor 1*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ratri, Lutiari Eka. (2007). *Hubungan antara Citra Merek Operator Seluler dengan Loyalitas Merek Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- McCartney, Glenn. (2010). *Event Management: An Asia Perspective*. Singapura: Mc Graw Hill.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Lesley L. (2007). *Customer Loyalty*. New Jersey: Prentice hall
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Perada Media.
- Shimp. Terrence A. (2005). *Integrated Marketing Communications*. New Zealand: Cengage.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA