



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

- Jennifer. 2014. "Brand Essence: Tell It Like It Is". Udemy Blog. Diakses pada 15 Oktober 2017. <https://blog.udemy.com/brand-essence/>
- Kelly, J. Steven, Jones, Susan K., & Hagle, Richard A. 2015. *The IMC Handbook*.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 8*. Terjemahan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Kunigis, Allan. 2017. "*The 12 Brand Archetypes*". *Business Owner's Playbook Powered by The Hartford*. Diakses pada 16 Oktober 2017. <https://www.thehartford.com/business-playbook/in-depth/choosing-brand-archetype>
- Lee Goi, Chai dan Teh Goi, Mei. 2011. Review on Models and Reasons of Rebranding. *International Conference on Social Science and Humanity*. vol. 5. h. 1. Diakses 2 Oktober 2017. <http://www.ipedr.com/vol5/no2/99-H10243.pdf>
- Lovelock, Christopher H. dan Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Dialihbahasakan oleh Agus Widyantoro. Jakarta: PT Indeks
- Noor, Any. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Nordquist, Richard. 2017. "*Brand Name Glossary of Gramatical and Rhetorical Terms*". ThoughtCo. Diakses pada 15 Oktober 2017. <https://www.thoughtco.com/what-is-brand-name-1689036>
- Shone, A. dan Parry, B. 2002. *Successful Events Management, A Practical Handbook*. London: Continuum.

- Smith, Nyla. 2015. *"Does Your Brand Have Multiple Personality Disorder? A Look at Brand Archetypes"*. N-Vision Deisgn. Diakses pada 16 Oktober 2017. <http://www.nvision-that.com/design-from-all-angles/what-is-your-brand-personality-a-look-at-brand-archetypes>
- Spacey, John. 2015. "What is a Brand Values?". Simpllicable. Diakses pada 14 Oktober 2017. <https://simpllicable.com/new/brand-values>
- Spacey, John. 2015. "What is a Brand Vision?". Simpllicable. Diakses pada 15 Oktober 2017. <https://simpllicable.com/new/brand-vision>
- Spacey, John. 2015. "What is a Brand Positioning?". Simpllicable. Diakses pada 17 Oktober 2017. <https://simpllicable.com/new/brand-positioning>
- Trisnanto. 2002. *Integrated Marketing Communication*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- "Konsep, Fungsi, dan Tipe Brand Association". 2016. Gomarketingstrategic. 16 Juni 2016. Diakses 16 Oktober 2017. <http://www.gomarketingstrategic.com/2016/06/pengertian-konsep-fungsi-dan-tipe-brand.html>

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA