

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- A. B. Susanto, Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Mizan.
- Any, Noor. 2009. *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Arif Rahman, Strategi DaHXyat Marketing Mix. Jakarta: Trans Media. 2010.
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- Bilson Simamora, 2003, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Bougie, & Sekaran. (2013). Edisi 5, *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley@Sons.
- Duncan, Tom.2005.“*The Principles of Advertising and IMC*”. New York: McGraw Hill.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Durianto, D, Sugiarto dan Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Duwi Priyatno. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Mediakom.
- Hale, G & Duncan, M. (2015). *Developing a ward round check list to improve patient safety*.
- Hoyle, Leonard H. (2006). *Event Marketing*. Jakarta: PPM.

- Indrawan, Rully & Poppy Yuniawati. 2014. *Metodologi penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk Manajemen, pembangunan dan Pendidikan Bandung: PT Refika Aditama.*
- Khoon, Koh Y. dan Anita A. Jackson. 2006. *Special Event Marketing: An Analysis of a Country Fair. Journal of Covention & Event Tourism, Vol. 8. Hal. 2.*
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.*
- Kotler dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.*
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana.
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.*
- Mulyatiningsih, Endang. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan.* Bandung: Alfabeta.
- Pamungkas, Indra Novianto Adibayu. (2016). *Brandology Brand Branding dan Brand activation.* Yogyakarta
- Santoso, Slamet (2013). *Stasistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS,* Ponorogo : Umpo Press.
- Shone, Anton & Parry, Bryan. 2010. *Successful Event Management, Third Edition.* United Kingdom: Cengage Learning.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* (Bandung: ALFABETA)

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.

Sunarto, Kamanto. (2004). *Pengantar Sosiologi (edisi ketiga)*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.

## **SKRIPSI**

Olivia.2011.*Dampak event corporate social responsibility terhadap brand awareness konsumen (studi pada event csr “kunjungan posyandu telon cap lang”:posyandu cempaka 1 rt. 09 rw.02, kedoya utara, 81akarta barat, periode maret 2010).*Jakarta:Binus.

Dwi Hardianti,Denisa.2011.*Pengaruh Event Off Air “SHOUT” Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Pengunjung Global Radio.*Jakarta:Binus.

Rasyid, Rafika Isya.2017.*Analisis Event Marketing Roadshow Pariwisata pada Potensi Objek Wisata taman Wisata Mekarsari di Kabupaten Bogor Tahun 2017.*Bandung:Telkom University.

Sobani, Tri Nugroho.2012.*Pengaruh Strategi Promosi Roti Dika Terhadap Brand Awareness dikalangan konsumen Roti Dika tahun 2011*.Surakarta:UMS.

Anugrah, Dela Tri.2018.*Implementasi Event Marketing dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Niion Indonesia Utama Tahun 2018*. Bandung:Telkom University.

## **JURNAL**

Ticonuwu, Avrilla Virani.2015. *Pengaruh Special Event dan Lokasi terhadap Brand Awareness pengunjung Grand Indonesia Shopping Town*.Jakarta:Univeritas Bakrie.

Mujahadah, Isra Nur.2018. *Pengaruh event marketing terhadap keputusan pembelian pada PT. Traveland Convex Indonesia 2018*.Bandung:Telkom University.

Raissa Ramanda.2017. *Pengaruh Event Marketing terhadap Brand Awareness pada Event #Ngopingalagedays5*, Bandung:Unisba

Andi Aji, Saronto.2013. *Pengaruh Event Marketing Cornetto Summer Music Festival 2012 Terhadap Minat Beli Cornetto*.Jakarta:Univeristas Indonesia

Sukoco, Muhammad Hirza Sukoco.2014. *pengaruh pemasaran event terhadap citra merek minuman isotonic mizoned* Surabaya, Surabaya:Unesa

Rowley Jennifer, Catrin Williams.2008. *The impact of brand sponsorship of music festivals*.UK:Manchester Metropolitan Univeristy.

Marie Hede Anne, Pamm Kellett.2011. *Marketing Communications for Special Events*. Australia:Victoria University.

López Natalia Vila, MaCarmen Rodríguez-Molina 2013. *Event-Brand Transfer in an Entertainment Service: Experiential Marketing*.Spain: University of Valencia.

Speed Richard, Peter Thompson.2009. *Determinant of Sports Sponsorship Response*. Australia:University of Melbourne.

Woisetshlager.2012. *Sponsorship Congruence and Brand Image (a prepost event analysis)*.Germany:Universität Braunschweig.

## SUMBER INTERNET

Suryadhi Ardhi. *Vivo "si anak baru" di lima besar vendor ponsel dunia*: inet.detik.com  
diakses pada minggu 30 september 2018 09:55.

[www.vivo.com](http://www.vivo.com).

[www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)