

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. 2018 Manajemen ekuitas merek, Jakarta : Mitra Utama
- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Amrullah, M. H., Machfiroh, R., & Aulia, R. (2023). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI CUPA CUPA SNACK. *eProceedings of Art & Design*, 10(2).
- A.W. Widjaja dan M.Arisyk Wahab (1987), Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen. Jakarta : Bina Aksara.
- Beig, F. A., & Nika, F. A. (2019). Brand Experience and Brand Equity. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 23(4), 410-417. doi:10.1177/0972262919860963 (EconPapers) (Sci-Hub).
- Belch, George E. & Michael A. Belch. 2015. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. 10th edition. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Bilson Simamora, 2003, Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Budi Haswati, S.M., Safari E.A., & Harwinanto, A.P., 2021. "Perancangan Konten Promosi Melalui Eksplorasi Platform Digital Museum Sultan Mahmud Baharuddin II Palembang" Vol. 7, hal. 39-47
- Damayanti, H. L., & Anando, A. A. (2021). Peran Guru Dalam Menumbuhkembangkan Kemandirian Siswa Melalui Pembelajaran Inkuiri. *Jurnal Sinestesia*, 11(1), 52–59. <https://doi.org/10.53696/27219283.59>
- Danang Sunyoto. 2019. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Djaslim, Saladin, 2002, Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian, Linda Karya, Bandung.
- Douglas, Hartmann., Christina, Kwauk. (2011). Sport and development: An

overview, critique, and reconstruction. *Journal of Sport and Social Issues* 35(3)284 –305.

- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony, (2017), Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Getz, Donald. (2007). Event Studies, Theory, research, and policy for planned event. Oxford UK.
- Husnawati. 2017. Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda. Skripsi (Tidak diterbitkan). Makasar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Ilhamsyah (2021). Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital. Yogyakarta: Andi
- Jane, E. Ruseski., Brad, R. Humphreys., Kirstin, Hallman., Pamela, Wicker., and Christoph, Breuer. (2014). Sport participation and subjective well being: Instrumental variable results from German survey data. Journal of Physical Activity and Health. Human Kinetics, Inc. pp.396-403.
- Kasmir. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). Depok: PTRajagrafindo Persada
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, (2017). Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, jilid 2, Mitra Wacana Media. Bogor

- Maharsi, S. (2004). PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP BIDANG AKUNTANSI MANAJEMEN. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(2), pp. 127-137.
- Moriarty, L. (2015). *Big Little Lies*. Penguin Books (Bibguru).

- Moriarty, Sandra. Nancy Mitchell, William Wells. (2018). Advertising. Penerjemah
: Triwibowo B.S. Penerbit : Kencana. Jakarta
- Onong Uchjana Effendy. (1998) Hubungan Masyarakat : Suatu Studi
Komunikologis Penerbit : Remaja Rosdakarya
- Pranadata, dkk. 2017. “Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction, dan Brand Loyalty”. Jurnal Universitas Merdeka Malang, vol. 4, No. 2, 2017.
- Putra, Antonius, N., Lakoro, Rahmatsyam. (2012). Perancangan Buku Ilustrasi Musik Keroncong. Jurnal Teknik POMITS, Vol.1, No.1
- Ramadhani, H., Syafikarani, A., & Ningrum, N. (2023)
PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI UNTUK
MYMO BASO CEKER DI KOTA
CIMAHI. eProceedings of Art & Design, 10(2)
- Rustan, Surianto (2009) Layout, dasar, & penerapannya. Jakarta : PT. GRAMEDIAPUSTAKA UTAMA
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency. New York, NY: McGraw-Hill
- Suleyman, Yildiz. (2012). Instruments for measuring service quality in sport and physical activity services. Coll. Antropol. 36 2:689-696.
- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2019). Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. BPFE Yogyakarta (Perpusnas_GO).
- Tariq, M., dkk. (2017). “EWOM and brand awareness impact on consumer purchase intention: Mediating role of brand image”. Pakistan Administrative Review, vol. 1, edisi 1, hal. 75-87.
- Tinarbuko, Sumbo. (1998). “Memahami Tanda, Kode, dan Makna

Iklan Layanan Masyarakat". Tesis. Bandung : ITB

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Toho Cholik Mutohir, Ali Maksum (2007) Sport Development Indeks.

Jakarta, PT.Indeks

Yulianto (2018). Buku Sakti Kuasai Desain Grafis. Yogyakarta: Sony Adams