

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing On The Value Of a Brand Name*. New York , London , Toronto , Sydney: The Free Press.
- Alwasilah, A. C. (2012). *Pokoknya kualitatif*. Bandung: PT.Dunia Pustaka jaya.
- Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Bogdan, R. C., & Biklen , K. S. (2007). *Qualitative Research for Education : An Introduction to Theory and Methods*. Boston , London: Allyn and Bacon, Inc.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2002). *Pengantar Bisnis . Jilid ke-1*. (A. Fadriansyah, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & Mccarthy, J. (2009). *Pemasaran Dasar edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches 5th Edition*. California: Sage Publication, Inc.
- Cutlip, S. M., Broom, G. M., & Center, A. H. (2009). *Effective Public Relation Edisi KESEMBILAN*. Jakarta: Prenada Media.
- Goldblatt, J. (2013). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New jersey: John Wiley & Sons.
- Gunawan , I. (2013). *METODE PENELITIAN KUALITATIF : Teori dan Praktik*. Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Jalalludin, R. (2002). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Kapferer, J. N. (2008). *The New Strategic Brand Management*. London: Kogan Page.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Global Edition Building, Measuring, and Managing Brand Equity : Fourth Edition* . London: Pearson Education limited.
- Kotler, P. (2007). *Marketing Strategy : A Problem Solve By Marketer*. New York: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, k. L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Bob sabran.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing Management Thirteenth Edition*. jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Management Marketing*. New Jersey: Pearson Education.Inc.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*. Berlin: Springer.
- Kuswarno, E. (2009). *Metedologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi;Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Pajajaran.
- McCarthy, E. J. (1998). *Basic Marketing*. Homewood,Illinois: Richard D.Irwin.
- Meganda, Y. (2009). *EO 7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event-Organizer*. Jakarta: PT.Bhuana Ilmu Populer.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Moleong, L. J. (2005). *metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komuikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Park, C. S., & Srinivasan, V. (2002). *The Power Of Brand*. (F. Rangkuti, Trans.) Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rossmann, G. B., & Rallis, S. F. (1998). Learning In The Field. *An Introduction to Qualitative Stadies. Jurnal of Qualitative Stadies.*, 31-60.
- Shone, A., & Parry, B. (2001). *Succesfull Event Management:A partical Handbook*. Thomson.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Minnesota: Holt , Rinehart & Winston.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. . Bandung: CV.Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran.Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widjaja, M., Wijaya, S., & Jokom, R. (2007). ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP EKUITAS MEREK COFFEE. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 89-101.