

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Any, N. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, M. G. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (2009). *Human dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- McCartney, G. (2010). *Event Management: An Asia Perspective*. Singapore: McGraw Hill.
- Natoradjo, S. (2011). *Event Organizer: Dasar-dasar Event Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Oliver, S. (2008). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Rohim, S. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Romli, K. (2014). *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Grasindo.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sujarweni, V., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Jurnal:

- A, M. D. F. (2011). Manajemen Event (Kasus: Perayaan Ulang Tahun Lembaga Indonesia Perancis Ke-35).
- Astria, K. K. (2013). Pengaruh Tingkat Kepuasan Komunikasi Downward Terhadap Kinerja Karyawan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Buleleng-Bali.
- Iskandar, D. A., & Sari, S. D. S. R. (2017). The Effect Of Event And Publicity Towards Brand Awareness On Financial Service Authority (OJK).
- Istiqomah, N. (2015). Program Juanda Corner Sebagai Strategi Public Relations Humas PT. Angkasa Pura I (Persero).
- K, H. J. R. S. (2012). Pengaruh Special Event Pl Fair 2010 Terhadap Pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.
- Kurniawan, M. R. (2017). Pengaruh Sponsorship Terhadap Brand Awareness Konsumen (Studi Pengaruh Target Audien, Brand Positioning dan Message capacity Terhadap Brand Awareness Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Periode 2016- 2017 terkait Event Sponsorship PT Mizan Bandung).
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di KFC.
- Salma, A. N. (2017). Pengaruh Sponsorship Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC Sebagai Global Official Airline Partner).
- Tibyan, M. 2015. Peran Komunikasi Organisasi Pada Loyalitas Karyawan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Perusahaan Otobus Bule Star Salatiga).
- Widianti, T. 2008. Pengaruh Event/Sponsorship Terhadap Brand Image Rokok Sampoerna A-Mild PT.HM SAMPOERNA TBK.

Website:

- <http://www.vivo.com/id/aboutVivo/aboutvivoHome>. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2018.