**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku :**

Aaker, David. A, 2010, Manajemen Ekuitas Merek, alih Bahasa; Aris Ananda. Edisi Revisi, Mitra Utama, Jakarta

Arikunto, Suharsimi. 2010, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. PT Rineka Cipta, Jakarta.

Harrison, Kim. 2011. *Strategic Public Relations: Apractical Guide to Succes*. Century Consultan Group.

Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV Yrama Widya

I. McDonnell, M. Moir. 2014 “*Event Sponsorship*” Routledge: Taylor and Francis Group, London and New York ISBN: 978-0-415-53388-1

Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. London: Pearson Education

Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principles of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing* (Edisi 13). United States America: Pearson.

Noor, A, 2017, Manajemen Event. Alfabeta, Bandung.

Priyatno Dwi, 2011, SPSS (Analisis Statistik Data). Mediakom, Yogyakarta.

Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitiatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.

Sangadji, E. M., & Sopiah, 2013. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2.Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, Fandy, 2011. Manajemen & Strategi Merek. Yogyakarta : C.V Andi.

Wiratna Sujarweni, 2018, Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.

**Jurnal :**

*Berri Brilliant Albar, SE, MM, 2011. Pengaruh Sponsorship COPA Indonesia terhadap citra merek Dji Sam Soe. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Volume 2, Nomor 3, September 2011*

*Intan Tri Jati Ningrum, Sengguruh Nilowardono, 2016. Pengaruh Event dan Brand Image terhadap minat beli produk rokok Sampoerna MILD Pada PT. HM SAMPOERNA Area Marketing Surabaya. Jurnal Manajemen Kinerja. Vol.2, Nomor 1 Januari 2016*

*Santo Julio Siregar, Sunarti, 2017. Pengaruh Event Sponsorship terhadap Brand Image Rokok Sampoerna A-MILD (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). Jurna l Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 51 No.1 Oktober 2017*