

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2001. *Marketing Research*. Edisi 7. USA: John Wiley & Sons
- Aaker, A. David . 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Arnold, David. 1996. *Pedoman Manajemen Merek*. Surabaya: PT. Kentindo Soho.
- Assael, Henry. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*. 4th ed. Boston: PWS-Kent.
- Biscaia, R., A. Correia., S. Ross, and A. Rosado. 2014. Sponsorship Effectiveness in Professional Sport: An Examination of Recall and Recognition Among Football Fans, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 16 Iss 1 pp. 2-18. <http://dx.doi.org/10.1108/IJSMS-16-01-2014-B002>
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cresswell, J.W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 2nd ed. California: Sage Publication, Ins.
- Creswell, J.W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset. Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Edisi 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto, dan Lie Joko Budiman. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Emzir. 2011. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Minard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi 6. Jilid 2. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Semarang: BP UNDIP.
- Grohs, R., U. Wagner., and S. Vsetecka. 2004. Assessing The Effectiveness of Sport Sponsorship – An Empirical Examination, *Schmalenbach Business Review*, Vol. 56 pp. 119-138.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Liga\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Liga_Indonesia) diakses tanggal 29 agustus 2017
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Liga\\_Sepak\\_Bola\\_Utama](https://id.wikipedia.org/wiki/Liga_Sepak_Bola_Utama) diakses tanggal 29 agustus 2017

- <https://id.wikipedia.org/wiki/Perserikatan> diakses tanggal 29 agustus 2017
- [https://id.wikipedia.org/wiki/PSIS\\_Semarang](https://id.wikipedia.org/wiki/PSIS_Semarang) diakses tanggal 29 agustus 2017
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Persatuan\\_Sepak\\_Bola\\_Seluruh\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Persatuan_Sepak_Bola_Seluruh_Indonesia) diakses tanggal 29 agustus 2017
- <http://sipuu.setkab.go.id/PUUdoc/173643/PP1092012.pdf> diakses tanggal 30 agustus 2017
- <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.idonesia.capai.132.juta>. diakses tanggal 28 agustus 2017
- <http://www.goal.com/id/news/1108/sepakbola-inggris/2015/06/05/12416702/liga-primer-inggris-tanpa-sponsor-di-2017> diakses 29 agustus 2017
- <https://www.go-jek.com/> diakses tanggal 28 agustus 2017
- [https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media) diakses tanggal 30 agustus 2017
- <http://www.motogp.com/en/sponsors> diakses 28 agustus 2017
- <http://www.pssi.or.id/dev/page/detail/5/Sejarah-PSSI> diakses tanggal 29 agustus 2017
- <https://www.tennis.com.au/wp-content/uploads/2016/10/Australian-Open-2017-media-kit.pdf> diakses 28 agustus 2017
- Jenkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kinrear, Thomas C., dan Taylor, James R., 1998. *Riset Pemasaran*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga
- Ko, Y.J., K.Kim., C.L. Claussen, and T.H Kim. 2008. The Effects of Sport Involvement, Sponsor Awareness and Corporate Image on Intention to Purchase Sponsor's Products, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 9 Iss pp. 6-21. <http://dx.doi.org/10.1108/IJSMS-09-02-2008-B004>
- Kotler, P. 1996. *Marketing*. Jilid 1. (Edisi Bahasa Indonesia dari *Marketing Essentials*). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2000. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

- Meenaghan, J.A. 1983. Commercial Sponsorship, *European Journal of Marketing*, Vol. 17 Iss 7 pp. 5-73.  
<http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000004825>
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rowley, J. and C. Williams. 2008. The impact of Brand Sponsorship of Music Festivals. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 26 Iss 7 pp. 781-792.  
<http://dx.doi.org/10.1108/02634500810916717>
- Saladin, Djaslim dan Yevis Marty Oesman. 2002. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Shannon, J.R. 1999. Sport Marketing: An Examination of Academic Marketing Publication, *Journal of Services Marketing*, Vol. 13 No.6 pp. 517-534.  
<https://doi.org/10.1108/08876049910298775>
- Shilbury, D., H. Westerbeek., S. Quick, and D. Funk. 2009. *Strategic Sport Marketing*. 3 ed. Australia: Allen & Unwin.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi 5. Jilid 1. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tomalieh, E.F. 2016. The Impact of Events Sponsorship on Attendee's Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image, *International Journal of Business and Management*, Vol. 11, No. 8.  
<http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v11n8p162>
- Wang, X. and Z. Yang. 2010. The Effect of Brand Credibility on Consumer's Brand Purchase Intention in Emerging Economies: The Moderating Role of Brand Awareness and Brand Image, *Journal of Global Marketing*, 23:3, 177-188. <http://dx.doi.org/10.1080/08911762.2010.487419>
- Yang, Y.T., H.K. Chi., and H.R Yeh. 2009. The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty, *The Journal of International Management Studies*, Vol. 4.No.1.