

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary 2014. *Principle Marketing*. Edisi 13 Jilid 1
- Kotler, Philip & Keller, L. Kevin.2016. *Marketing Management*. USA : PT. Pearson Education Limited
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*, Penerbit Bandung: Alfabeta
- Lupiyoadi, Rambat. 2013.*Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono,Fandy.2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-4
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Wibowo, Sampurno. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Gadjah Mada University Press
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Duncan, Tom, 2008, *Principle Of Advertising and IMC*, International Edition, Edisi Kedua, McGrawHill, New York.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, Uma. 2015. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business)*. Buku 1 Edisi 4. Jakrta: Salemba Empat
- Any Noor. 2013. *Metodologi penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat

Franks Jefkins, 2004: 10 *Public Relations* Jakarta : PT. Gelors Aksara Pertama Erlangga

Shimp, Terence, “Periklanan Promosi ( Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)”. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga, 2007.

Aaker, David. 2015. Aaker On Branding. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Egan, John. 2007. Marketing Communication. London: Thomson Learning

### **Penelitian Terdahulu dan Jurnal**

Pradipta, Raditya.2012. Pengaruh *Event Sponsorship* Terhadap *Brand Image* Radio Prambors Bandung 98.4 FM : Jurnal Tugas Akhir Manajemen Bisnis Telekomunika Dan Informatika

Farizan, Fachrul. 2015. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Lumia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Telkom): Jurnal Tugas Akhir D3 Manajemen Pemasaran

Nursanti, Aida. 2013. Pengaruh *Event Sponsorship* Terhadap *Brand Image* A – Mild Pada PT. HM Samporna Tbk. Cabang Pekanbaru: Jurnal Tugas Akhir Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau

Februarini, Chintya Ayu. 2012. Pengaruh *Sponsorship Terhadap Brand Awareness* Djarum Super Mild: Studi Pada Event Jakarta Interbational Java Jazz Festival: Jurnal Tugas Akhir Universitas Indonesia

Yaseri, Putra Anggito. 2012. Analisis Pengaruh Sponsor Acara Terhadap Citra Merek Terhadap Citra Merek (Studi Kasus: Acara Axis Makin Dekat Dengan Rakyat: Tugas Akhir Manajemen Fakultas Ekonomi Univeristas Andalas

Ihsan, Winanada Rama. 2017. Pengaruh *Hospitality* Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Terhadap Grand Asrilia Hotel Bandung Tahun 2017): Tugas Akhir Mahasiswa Univeristas Telkom

Putri, Anugrah Anggi. Dan S. Wibowo. 2017 Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada BEE Outbond Bogor): Tugas Akhir Mahasiswa Universitas Telkom

Vrisilia, Imran Velbi & S. Wibowo. 2014 Analisis Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Sabun Mandi Lifebouy (Studi Alfamart Sukaluyu Bandung Tahun 2014): Tugas Akhir Mahasiswa Universitas Telkom

### **Website**

[www.bankbjb.co.id](http://www.bankbjb.co.id) diakses pada tanggal 21 Februari 2018

[www.telkomuniversity.ac.id](http://www.telkomuniversity.ac.id) diakses pada tanggal 27 Februari 2018

[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) diakses pada tanggal 04 April 2018

[www.ardra.biz/ekonomi/ekonomi-perbankan/pengertian-dan-fungsi-bank-umum.com](http://www.ardra.biz/ekonomi/ekonomi-perbankan/pengertian-dan-fungsi-bank-umum.com) diakses pada tanggal 18 April 2018

[www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com) diakses pada tanggal 08 April 2018

[www.google scholar.com](http://www.google scholar.com) diakses pada tanggal 24 April 2018

[www.openlibrary.telkomuniversity.ac.id](http://www.openlibrary.telkomuniversity.ac.id) di akses pada tanggal 26 Mei 2018