

KEPUSTAKAAN

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Sydney: The Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Alpert, M. I., Alpert, J. I., & Elliot, M. N. (2005). Purchase Occasion Influence on the Role of Music in Advertising. *Journal of Business Research*, 58, 369-387.
- Angkriawan, S. (2020, May 9). *Brand: Mulai Dari Penanda Ternak Hingga Pembangun Mindset*. Diambil kembali dari medium.com: <https://medium.com/brandchitecture/brand-mulai-dari-penanda-ternak-hingga-pembangun-mindset-72cad8527cde>
- Azeharie, K. (2022, Juli 17). *Branding Adalah: Definisi, Tujuan, dan Contoh*. Diambil kembali dari majoo.id: <https://majoo.id/solusi/detail/apa-itu-branding>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. California: SAGE Publications, Inc.
- Diaz, M. I. (2018). Upaya Promosi Jazz Sebagai Bentuk Nation Branding. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, 7(3), 215-225.
- Didy, I. (2022, Maret 24). *Strategi Branding: Arti, Elemen, Manfaat, Cara Melakukan, Contohnya*. Diambil kembali dari glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/strategi-branding/#.Yv-GgBRBxD->
- Farjam, S., & Hongyi, X. (2015, Januari 1). Reviewing the Concept of Brand Equity and Evaluating Consumer - Based Brand Equity (CBBE) Models. *The International Journal of Management Science and Business Administration*.
- Getz, D. (2002). Why Festivals Fail. *Event Management*, 7(4), 209-219.
- Ghodeswar, B. M. (2008). Building Brand Identity in Competitive Markets: a Conceptual Model. *Journal of Product & Brand Management*, 17(1), 4-12.
- Gomm, R., Hammersley, M., & Foster, P. (2000). *Case Study Method*. London: SAGE Publications Ltd.
- Gouitcheche, E. (2018). Brand Identity and Brand Image: Personal Branding in The Music Industry. *Master Diploma Paper*.

- Handoko, R. E. (2017). Analisa Perbandingan Produk Tabungan Simpedes dengan Produk Tabungan Britama pada PT BRI (Persero) Tbk., Kantor Cabang Magelang. *Tugas Akhir Diploma*, 6-7.
- Hayes, A. (2021, Februari 22). *Brand Equity*. Diambil kembali dari [www.investopedia.com](http://www.investopedia.com/terms/b/brandequity.asp):
<https://www.investopedia.com/terms/b/brandequity.asp>
- Hultén, B. (2012). Sensory Cues and Shoppers' Touching Behavior: The Case of IKEA. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(4), 273-289.
- Hume, M., Mort, G. S., Liesch, P. W., & Winzar, H. (2006). Understanding Service Experience in non-Profit Performing Arts: Implications for Operations and Service Management. *Journal of Operations Management*, 24(4), 304-324.
- Hutabarat, P. M., Andriarti, A., & Adelina, E. (2021). Pemanfaatan Sonic Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Strategi Pemasaran Merek (Studi Kasus: E-Commerce Tokopedia). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 1-6.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing* (4th European ed.). London: Pearson Education Limited.
- maglearning.id. (t.thn.). *Sejarah Brand dan Branding*. Diambil kembali dari maglearning.id: <https://maglearning.id/2021/05/12/sejarah-brand-dan-branding/>
- Meenaghan, T., & Shipley, D. (1999). Media Effect in Commercial Sponsorship. *European Journal of Marketing*, 33(3-4), 328-348.
- Moisescu, O. I. (2005). The Concept of Brand Equity - A Comparative Approach. *Munich Personal RePEc Archive*, 215.
- Mort, G. M., Weerawedena, J., & Carnagie, K. (2003, February). Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88.
- Munanjar, A. (2017). Analisis Segmentasi Pasar dan Manajemen SDM Pada Program Gebyar BCA NET TV. *Jurnal Komunikasi*, VIII(1), 57.
- Nadanyiova, M., Gajanova, L., & Majerova, J. (2020). Green Marketing as a Part of the Socially Responsible Brand's Communication from the Aspect of Generational Stratification. *Sustainability*.
- Nicolino, P. F., & Sugiri. (2007). *The Complete Ideals's Guides: Brand Management*. Jakarta: Prenada.

- Pelsmacker, P., Geuens, M., & Bergh, J. v. (2013). *Marketing Communications: a European Perspective*. Harlow: Pearson.
- Prier, K. E. (2011). *Ilmu Bentuk Musik*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi.
- Putra, R. P., Yulianita, N., Hamdan, Y., & Ratnasari, A. (2018, Oktober). Analisis Brand Equity Perusahaan Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Baguan Media Komunikasi PT Pos Indonesia Persero). *IDEA: Jurnal Humaniora*, 1(1), 50-62.
- Rizka, A. (2021, November 24). *Shopee COD Punya Jingle Pemikat Bocil Padahal Lagu Aslinya Dipakai Saat Revolusi Mexico*. Diambil kembali dari [mojok.co](https://mojok.co/pojokan/shopee-cod-punya-jingle-pemikat-bocil/): <https://mojok.co/pojokan/shopee-cod-punya-jingle-pemikat-bocil/>
- Rowley, J., & Williams, C. (2008). The Impact of Brand Sponsorship of Music Festival. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(7), 781-792.
- Salim, A. D. (2013, Juni). IMC: Promosi, Iklan dan Sponsor Rokok Strategi Perusahaan Menggiring Remaja Untuk Merokok. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 62.
- Samboedi. (1989). *Jazz: Sejarah dan Tokoh - Tokohnya*. Semarang: Dahara Prize.
- Saretta, I. R. (2021, Februari 23). *Mengenal Branding dan Manfaatnya dalam Bisnis*. Diambil kembali dari [www.cermati.com](https://www.cermati.com/artikel/mengenal-branding-dan-manfaatnya-dalam-bisnis): <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-branding-dan-manfaatnya-dalam-bisnis>
- Szwed, J. F. (2013). *Memahami dan Menikmati Jazz*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity* (3rd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wijanarko, Y. W. (2016). Analisis Brand Awareness Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) BTN PT Bank Tabungan Negara. *Tugas Akhir Diploma*, 2.
- Wulandari, P. (2009). Perencanaan Promosi PT BNI Dalam Penyelenggaraan Special Event Java Jazz Festival di JCC Pada Maret 2008 Untuk Menjaga Loyalitas Nasabah BNI dan Menjaring Nasabah Baru. *Skripsi*.
- Yin, R. K. (2013). *Case Study Research: Design and Methods*. SAGE Publications.
- Yopi, M., & Wahid, U. (2020, Juli). Digital Brand Equity Melalui Social Media (Studi Kasus Pada Bagian Pemasaran Sekolah Global Jaya). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 88-106.