

## DAFTAR PUSTAKA

- A.B Susanto dan Wijanarko, Hilmawan, 2004., *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta.
- Ajayi, Victor., 2017. *Distinguish Between primary sources of data and secondary sources of data*. Makurdi: Benue State University.
- Alberts, P.G., 2011. *Brand Activation Journal*. Amsterdam: Inholland University.
- Amin, Shehzad., 2011. *Brand Activation Model*. Islambad: Macro Management System.
- Arikunto, S., 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi.Revisi)*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Dewi, Kurnia., 2011. *Strategi Brand Activation dan Membangun Brand Awareness*. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional.
- Given, Lisa, 2008., *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods Volume.2*. California: SAGE Publications, Inc.
- Gera, Vineet., 2012. *Event Management and Planning*. LAP Lambert Academic Publishing.
- Goldblatt, Joe., 2014. *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey, John Wiley & Sons, Inc.
- Ismanto, 2019. *PT Haleyora Power luncurkan Listriku*, diambil dari: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2019/02/18/pt-haleyora-power-luncurkan-listriku> (diakses pada tanggal 16 Mei 2019).
- Kartono, Salim., 2007. *5 jurus sukses berbisnis retail di supermarket*. Jakarta: Trans media pustaka.
- Keller, Kevin Lane., 2004. *Strategic Brand Management 4th Edition*. Pearson Global Edition.
- Kennedy, John. 2009. *Manajemen Event*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, .2005. *Principles of Marketing*. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice-Hall, 11th edition.
- Kotler, Philip & Keller., 2006. *Manajemen Pemasaran*. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Meilanova, Denis Riantiza, 2018. *PLN gelar LIKE 2018*, Diambil dari: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20181023/44/852495/pln-gelar-like-2018->

439-karya-inovasi-unit-anak-usaha-pln-se-indonesia (diakses pada 16 Mei 2019).

Moleong, Lexy J., 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Morel, P., Preisler, P., & Nystrom, A. (2002). *Brand Activation. Starsky Insight*.  
Diambil dari <https://www.scribd.com/document/78422699/Brand-Activation>  
diakses pada tanggal 13 Juni 2019.

Neuman, Lawrence, 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Allyn and Bacon.

Noor, Any. 2013. *Manajemen Event*. Bandung, Alfabeta.

Prastowo, Andi, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Ar-Ruzz Media.

Pudjiastuti, Wahyuni., 2010. *Special Event*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Rangkuti, Freddy., 2002. *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Richard, 2019. *Industri Event Organizer diproyeksi Tumbuh 20 Tahun ini*. Diambil dari: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproyeksi-tumbuh-20-tahun-ini> (diakses pada tanggal 16 Mei 2019).

Riyanto, Bambang. 2010. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Saeef, R., Author, C., Zameer, H., & Ahmad, I. (2015). *Brand Activation: A Theoretical Perspective*, Journal of Marketing and Customer Research, 13(1), 94-99.

Schultz, D.E., & Schultz, H.F (2004). *Brand Babble*. USA: Thomson South-Western.

Singh, Kultar, 2007. *Qualitative Social Research Methods*, India: SAGE Publications India.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan ke-8. Bandung: Alfabeta.

Susanto, A.B., & Wijanarko.H (2004) *Power Branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.

Tjiptono, F. 2005. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.

Wallace, Steve. 2012. *Brand Activation: Bringing brands to Life*.

Widyoko, E.P. 2014. *Evaluasi Program Pembelajaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Strategi Brand Activation Dalam Mengembangkan Kinerja Bisnis BYPRO Indonesia Sebagai Event Management Company**

AKYUNIA LABIBA, Eska Nia Sarinastiti, S.I.Kom., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>