

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- A. Shimp, Terence (2003). Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Ali Hasan. 2009. Edisi Baru Marketing. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Belch. George E. Belch Michael A. 2012. Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communication Perpective. 9thEdition. New York: McGraw Hill.
- Bungin, Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Chandra, Gregorius. 2002. Strategi dan Program-program Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Denzi and Lincoln. 2009 Handbook of Qualitative Research. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- E. Kennedy, John. 2009. Manajemen Event. Jakarta. PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Ferrinadewi, Erna, 2008. Merek dan Psikologi Konsumen, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Hoyle, Jr, Leonard. (2006). Event marketing. Jakarta: PPM.
- Jr, Albert M. Muniz and O'Guinn, Thomas. C. 2001. Brand Community. Journal of Consumer Research
- Kartajaya. H. (2015). Marketing in Challenging Time. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Silalahi. Ulber. (2010). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Refika Aditama
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suryabrata, Sumadi. 2014. Metodologi Penelitian Cetakan Ke 25. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

**Jurnal:**

Alifah Ratnawati, Annisa Ayu Lestari. 2018. Peran *Brand Trust* Dalam Memediasi *Brand Experience*, *Brand Personality* dan *Brand Community* terhadap *Brand Loyalty*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Davidson Clinton Julius Siregar, Ratuh Tresnati, dan Dede R. Oktini Pengaruh *Brand Community* terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Komunitas Grand Vitara Dealer Nusantara Jaya Sentosa Bandung). (2017). Universitas Islam Bandung.

Fitri, Tri. S. N. (2018). Event marketing Urban Gigs Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Produk Gg Mild Di Pekanbaru. Jurnal Online, Vol. 5.

Harimurti, F. W. (2017). Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian Pada PT. PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION DC Bogor. Insitut Pertanian Bogor.

Made Dwi Utari, I Gede Ketut Warmika. 2015. Komunitas Merek: *Antecedents* dan *Consequences* Dari Partisipan Konsumen. Universitas Udayana.

Madhalena, E., & Syahputra, S. (2016). PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE ROKOK DJARUM SUPER MILD PT DJARUM. Universitas Telkom.

Mochamad Mardino dan Dodie Tricahyono. (2015). Pengaruh *Brand Community* Terhadap *Brand Loyalty* (Studi Kasus Pada Komunitas Naked Wolves Indonesia). Universitas Telkom.

Renaldi, F. A. (2019). *STRATEGI EVENT MARKETING KOPDAR KOMUNITAS MOBIL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS BENGKEL BOS DI SERANG*. UNIVERSITAS BAKRIE.

Sanaji. 2018. Eksplorasi Dampak Komunitas Merek Online Di Media Sosial Terhadap Konsistensi Hubungan Konsumen Dengan Merek. Universitas Negeri Surabaya.

Wijaya, A. R. (2015). Analisis Peran Event Marketing We Starmusic dalam Menjaga Brand Loyalty Bir Bintang Pilsner. *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*, 3

Sukma Wijaya. B (2012) Dimensi Brand Image Dalam Komunkasi Merek. *Journal of UltimaComm*

**Internet:**

[www.instagram.com/yesterdaybackyard](http://www.instagram.com/yesterdaybackyard) (diakses pada 20 mei 2020)

<https://www.seva.id/blog/kopdar-gabungan-auto2000-with-community-hebohkan-kawasan-cikarang/> (diakses pada 20 Mei 2020)

<https://otomotif.kompas.com/read/2019/10/02/132200715/sukses-imx-2019-capai-transaksi-rp-3-8-miliar> (diakses pada 20 Mei 2020)

<https://www.simplyfitment.com/lowfitment-day-10-tempat-berkumpulnya-para-penyuka-otomotif-di-indonesia/> (diakses pada 18 Mei 2020)