

DAFTAR PUSTAKA

- Drs. Djaslim Saladin (2004). *Manajemen Pemasaran (analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian)*. Edisi 3, Penerbit CV Linda Karya. Bandung.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan keempat. Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2008). *Struktural Equation Modeling (Teori, Konsep, dan Aplikasi Dengan Program)*. Edisi kedua. Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ketiga. Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hartono, J. (2004). *Statistika untuk Penelitian*. Lembaga Studi Filsafat,
- Hartono, J. (2007). *Metode Penelitian Bisnis:Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Penerbit BPFE UGM. Yogyakarta.
- Henseler, Jörg , Bradley Wilson, Dorien de Vreede. (2009).Can Sponsorships Be Harmful For Events?Investigating The Transfer of Associations FromSponsors to Events. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, April, hal.244-251.
- <http://dspace.widyatama.ac.id/handle/10364/656>
- <http://www.scribd.com/doc/48502473/BAB-III-brantakan>
- Jogiyanto.(2007).Metodelogi Penelitian Bisnis.Jogjakarta:BPFE.
- Kartajaya, Hermawan.(2009).New Wave Marketing.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, Kevin lane. (2008).Strategic Brands Management.Australia: Pearson Education.
- Kemasyarakatan, Kependidikan dan Perempuan. Pekanbaru.
- Kim, Yong-man, Susan Kim.(2009). The Relationships Between Team Attributes,Team Identification and Sponsor Image. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, April, hal.215-229.
- Ko,Yong Jae. (2008).The Effects of Sport Involvement, Sponsor Awareness and Corporate Image on Intention to Purchase Sponsors' Products. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*,Januari, hal.79-94.

- Koo, Gi-Yong, Jerome Quarterman, dan E. Newton Jackson. (2006). The Effect of Perceived Image Fit on Brand Awareness: 2002 Korea-Japan World Cup. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, Mei, hal.180-191.
- Kotler, Philip (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, terjemahan. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, terjemahan. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, terjemahan. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Woldemar (2006). *B2B Brand Management*. Diterjemahkan, Natalia Ruth Sihandri. Penerbit PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Lamb, Hair, McDaniel (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, terjemahan. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Nufer Gerd.(2010). How Effective is The Sponsorship of Global Sports Events? A Comparison of The FIFA World Cups in 2006 and 1998. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, Juli, hal.303-319.
- O'Reilly, Norm ,John Nadeau, Benoit Séguin, Mark Harrison.(2007). In-Stadium Sponsorship Evaluation of a Mega-Sponsee: the 2004 Grey Cup. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, Januari hal.179-198.
- Permana, Putra.(2007). Analisa Pengaruh *Event Sponsorship* Terhadap Brand Image La Lights PT Djarum dengan Publisitas Media Massa sebagai Variabel Moderasi.
- Peter, J.Paul, Jerry C. Olsen. (1999). *Consumer Behavior* Edisi 4. Jakarta: PT Erlangga.
- Sugiyono.(2010).Metode Penelitian Pendidikan.Bandung:Alfabeta.
- Suliyanto.(2006). Metode Riset Bisnis. Yogyakarta :Andi Offset.
- Wibisono,Dermawan.(2000).Riset Bisnis edisi pertama.Yogyakarta:Bpfe
- www.elearning.uad.ac.id/file.php/kuliah1.ppt