

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Abbing, E. R. (2010). *Brand-Driven Innovation*. AVA Publishing SA.
- Alma, d. P. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (10th ed.). Bandung: Alfabeta Bandung.
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas : Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Yogyakarta: Quadrant.
- Davis, S. M., & Dunn, M. (2002). *Building the Brand Driven Business: Operationalize Your Brand to Drive Profitable Growth*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Dr. Drs. Sugeng Pujileksono, M. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Dr. Ibrahim, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet.
- Dr. Juliansyah Noor, S. M. (2011). *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: KENCANA.
- Dr. Yusuf Zainal Abidin, M. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi* (1st ed.). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Fandy Tjiptono, P., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Ir. FI. Titik Wijayanti, M. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muh. Fitrah, S. M., & Dr. Luthfiah, M. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (1st ed.). Sukabumi: CV Jejak.

- Nilasari, S. (2014). *Manajemen Strategi itu Gampang : Untuk Pemula dan Orang Awam* (1st ed.). Jakarta: Dunia Cerdas.
- Nurhayani, S. M., & Deni Sunaryo, S. M. (2019). *Strategi Pemasaran Kontemporer* (1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Permana, I. (2012). *Brand is lie a donut*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Prof. Dr. Asep Hermawan, M. (2009). *Penelitian Bisnis ; Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2nd ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M. (1984). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* (23rd ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business* (1st ed.). Jakarta: TransMedia Pustaka.
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santana, S. (2007). *Menulis Ilmiah Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran, Teori & Implementasi* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Sugiantoro, E. (2015). *Menyusun Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis* (1st ed.). Sleman, Yogyakarta: Suaka Media.
- Susanto, A. B., & Wijarnako, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Susanto, D. A., & Putra, R. M. (2010). *60 Management Gems: Applying Management Wisdom in Life*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutardi, T. (2007). *Antropologi : Mengungkap Keragaman Budaya* (1st ed.). Bandung: PT Setia Purna Inves.

Wirawan, P. D. (2012). *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma* (1st ed.). Jakarta: KENCANA.

**Sumber Jurnal :**

Sukarmin, Y., (2015). Asian Games dan Industri Olahraga. *Jurnal Ekonomi dan Olahraga*, Volume II, p. 10.

Yuliartha, H., Pascaran, N. N. D., & Suryawati, I G A A., (2017) *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bali United Dalam Membangun Brand Image Sebagai Klub Sepak bola Professional*, Volume I

**Sumber Online :**

Baliutd.com. (2018). *Terbaru! Bali United Resmi Kantongi Status Klub Profesional AFC* Diperoleh dari <https://www.baliutd.com/news/media-news/terbaru-bali-united-resmi-kantongi-status-klub-profesional-afc/>

(Akses: 15 Februari 2020)

Bimantoro, A., & Glenniza, D. (2019). *Supporter Indonesia (Tidak) Berkontribusi Kepada Industri Sepak bola* Diperoleh dari <https://www.panditfootball.com/football-culture/212940/RDK/190920/suporter-indonesia-tidak-berkontribusi-kepada-industri-sepak-bola>

(Akses: 15 Februari 2020)

Footyranking.com. (2019). *AFC Club Ranking 2019* Diperoleh dari <https://footyrankings.com/afc-ranking/clubrank2019/>

(Akses: 15 Februari 2020)

Gewati, M. (2019). *BI: Industri Pariwisata Jadi Sektor Paling Hasilkan Devisa*. Diperoleh dari <https://travel.kompas.com/read/2019/03/23/084500627/bi--industri-pariwisata-jadi-sektor-paling-hasilkan-devisa>

(Akses: 25 Februari 2020)

Hanifan, A. F., & Syafina, D. C. (2019) *Geliat Saham Bali United di Bursa Efek* Diperoleh dari <https://tirto.id/geliat-saham-bali-united-di-bursa-efek-ecuU>

(Akses: 10 Februari 2020)

Hasan, Z. (2016). *Deretan Klub Indonesia yang Jalin Kerja Sama dengan Klub Eropa* Diperoleh dari [https://www.indosport.com/sepak\\_bola/20160924/deretan-klub-indonesia-yang-jalin-kerja-sama-dengan-klub-eropa](https://www.indosport.com/sepak_bola/20160924/deretan-klub-indonesia-yang-jalin-kerja-sama-dengan-klub-eropa)

(Akses: 10 Februari 2020)

Laksamana, N. (2016). *PSG dan Bali United Bekerja Sama Jalankan Akademi Sepak Bola* Diperoleh dari <https://bola.kompas.com/read/2016/12/04/17312678/psg.dan.bali.united.bekerja.sama.jalankan.akademi.sepak.bola.?page=all>

(Akses: 10 Februari 2020)

Mojok.co. (2018). *Asian Games Menghabiskan Biaya Sangat Besar Tapi Menguntungkan* Diperoleh dari <https://mojok.co/red/rame/kilas/asian-games-menghabiskan-biaya-sangat-besar-tapi-menguntungkan/>

(Akses: 16 Maret 2020)

Simon, E. E. (2019). *Bali United dan Prospek Sepak bola Nasional* Diperoleh dari <https://www.panditfootball.com/nasional/212842/EVS/190618/bali-united-dan-prospek-sepak-bola-nasional>

(Akses: 10 Februari 2020)