

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2010). Komunikasi Bisnis. *Al Tajdid*, 2(1).
- Abimanyu, G. R. (2023). Pengaruh Sponsorship BRI Liga-1 2021/2022 Terhadap Brand Awareness Aplikasi Brimo. *eProceedings of Management*, 9(6).
- Agusta, I. (2003). *Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif*. Bogor: Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor 27.10 (2003): 179-188.
- Akbar, A. (2018). Integrasi Marketing Communication Mix : Strategi Khusus Promosi Asian Games 2018. *Jurnal E-Bis*.
- Albar, B. B. (2012). Pengaruh Sponsorship Pada Lomba Perahu Naga Internasional Terhadap Citra Merek Dji Sam Soe. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 3.3 (2012).
- Andarusni Alfansyur, M. M. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Andrew, S. C. (2019). Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Pemasaran di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Arifin. (2008). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico Bandung.
- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azmi, M. M. (2022). The effect of advertising, sales, promotion, and brand image of repurchasing intention (study on shopee users). *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)*, 3(2), 76-85.
- Bintani, S. N. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Indihome Pada PT. Telkom Indonesia (Studi Kasus Pada PT. Telkom Witel Jakarta Timur). *eProceedings of Management*.
- Bonaraja Purba, S. G. (2020). *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.

- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Raja.
- Chatamallah, M. (2008). Strategi “public relations” dalam promosi pariwisata: studi kasus dengan pendekatan “marketing public relations” di Provinsi Banten. *Mediator: Jurnal Komunikasi* 9(2).
- Cherie Cheong, D. Y. (2019). Sponsorship and advertising in sport : a study of consumer’s attitude. *European Sport Management Quarterly Taylor & Francis Online*.
- Corbin, J. &. (2008). *The basics of qualitative research (3rd ed.)* . Los Angeles: CA: Sage.
- Cornelissen, J. P. (2020). Corporate Communication : A Guide to Theory and Practice. *Sage Publication Ltd*.
- Creswell, J. W. (2008). *Educational Research, planninh, conduting, and evaluating qualitative and quantitative approaches*. London: Sage Publications.
- Dea Putri Karimah, W. T. (2020). Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran PT DBL Indonesia pada Honda DBL DKI Jakarta Series. *Jurnal Pustaka Komunikasi*.
- Effendi, O. U. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Elfaza, A. G. (2021). Perusahaan Judi Online Sebagai Sponsor Klub Sepak Bola Profesional di Indonesia Ditinjau dari Aspek Hukum Pidana. *Jurist-Diction Vol. 4(6) 2021*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Surabaya.
- Fitzpatrick, K. R. (2005). The legal challenge of integrated marketing communication (IMC) : Integrating commercial and political speech. *Journal of Advertising* 34.4. (2005) : 93-102.
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*.
- Haryanti, A. a. (2019). Peranan marketing public relations Bukalapak. com dalam mempertahankan brand reputation melalui kegiatan integrated marketing communications. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*.

- Hodgkinson, A. E. (2020). The Implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) : Evidence from Professional Football Clubs in England. *Journal of Strategic Marketing Taylor & Francis Online*.
- Hooley, T. J. (2012). What is online research?: Using the internet for social science research. *Bloomsbury Academic*.
- Imam, F. (2021). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Samsung Indonesia Dalam Mempromosikan Produk Telepon Cerdas. *Komunikata*57 2.1.
- Iriantara, Y. T. (2015). *Komunikasi Bisnis*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- John R. Rositer, L. P. (1996). *Advertising communications and promotion management*. Boston.
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta.
- Kotler, P. G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran (judul asli : principles of marketing)*.
- Lestari, R. (2015). Sales Promotion Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Mobil Low Cost Green Car Daihatsu Aylapada Pt. Astra Internasional Tbk Cabang Ciledugkota Tangerang. *Avant Garde*, 3(1).
- Lexy, J. M. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya .
- Lincoln, N. K. (2009). Handbook of Qualitative Research. *Sage Publication Ltd. .*
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern cetakan Pertama*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Maja Obradovic, S. A. (2019). Use of Social Media in Communication Strategies of Premier League Football Clubs. *Sinteza*.
- Morissan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Mulyana, D. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Social Budaya*.
- Nurdiyanto, A. (2018). Strategi Integrated Marketing Communication dalam Mendapatkan Sponsorship Klub Sepak Bola.

- Oana, D. (2018). Integrated Marketing Communication and Its Impact on Consumer Behavior. *Studies in Business and Economics* no. 13(2)/2018.
- Oliver Thomas, G. K. (2022). Can Sports Sponsorship Affect Consumers Motivation for Sports Consumption? *Journal of Promotion Management Taylor & Francis Online*.
- Patrick de Pelsmacker, M. G. (2001). *Marketing Communications*. Belgium.
- Persada, Y. B. (2020). Kajian E-Sport dalam Ranah Olahraga. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*.
- Pranata, E. C. (2014). Analisis Kinerja Keuangan Pada Klub Sepak Bola (Studi Kasus Pada Arsenal, Tottenham Hotspur dan Everton). *Repository uksw edu ISSN 1979-6471 Volume XVII No.2 Agustus 2014*.
- Rahmayani, R. (2016). Pengaruh Interactive Marketing Dan Personal Selling Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Manajemen dan Informatika* 10(1), 45-58.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Riki Arswendi, D. S. (2019). Aktivitas Bauran Promosi Unit Usaha Syariah PT Bank Permata Tbk (Studi Deskriptif Kualitatif Eksekusi Co-Branding dan Sponsorship Syariah Dengan PERSIB 2017-2018). *Jurnal Komunikasi Islam*.
- Roksana Janghorban, R. L. (2014). Skype interviewing : The new generation of online synchronous interview in qualitative research . *International journal of qualitative studies on health and well-being* 9, no. 1 .
- Rosenblatt, S. B. (1992). *Communication in business*. New York.
- Ruslan, R. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Salma, A. N. (2017). Pengaruh Sponsorship dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC sebagai Global Official Airline Partner). *Interdisciplinary Journal of Communication*.

- Saputra, G. W. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Doctoral dissertation, Udayana University*.
- Sari, E. A. (2021). Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 17(1), 16-27*.
- Satori, D. d. (2011). *Qualitative Research Methodology*. Bandung: Alfabeta.
- Satria, A. (2021, August 07). Perjalanan Sponsor di Liga Indonesia: Mulai dari Perusahaan Rokok hingga Bank Milik BUMN. *Bola.com*.
- Septiana, N. a. (2018). Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Anggota Paytren dalam Melakukan Network Marketing di Pekanbaru. *Doctoral dissertation, Riau University*.
- Setiawan, A. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Silviani, I. a. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo media pustaka.
- Sugiyono, M. (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, B. d. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: .
- Terence, S. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi*. Jakarta: Erlangga .
- Umanailo, M. C. (2020). *Paradigma Konstruktivis*. Maluku: Paradigma, 75.
- Utami, M. A. (2016). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial Instagram.
- Utomo, M. Z. (2022). Efektivitas Sponsorship Kukubima Ener-G Dalam Sepakbola Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untidar Angkatan 2020. *Journal of Innovation Research and Knowledge, 2(7), 2887-2900*.
- Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *LSPR Communication & Business Insitute*.

Yosadak Sostan Olla, E. M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran RRI Malang dalam Peningkatan Jumlah Pengiklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.

Yulianto, P. F. (2018). Sepak Bola dalam industri olahraga. *Prosiding SNIKU (Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA), 1 (1) 2018, (98-105)*.