

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ardianto, Elvinaro. 2016. *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kennedy, Soemanegara. 2006. *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip & Waldemar Pfoertsch. 2006. *B2B Brand Management*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Rohim, H Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sulaksana, Uyung. 2006. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Soemanegara. 2006. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suwatno, 2017. *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung : Simbiosis Media.
- Wahyudi, Sandy. 2012. *Entrepreneurial Branding and Selling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

### Sumber Lain:

## Dokumen PDF

- Chilisa, B., Kawulich, B. (2012). *Selecting a Research Approach: Paradigm, Methodology and Methods*. Researchgate. Ch. 3: <https://bit.ly/2yiN9jS>. Diakses pada 28 Juni 2019 pukul 17.19 WIB.
- Dammak, A. (2015). *Research Paradigms : Methodologies and Compatible Methods*. University of Exeter. : <http://stelements.edu/Articles/Research-Paradigms-Full-Article.pdf>. Diakses pada 2 Juli 2019 pukul 15.55 WIB.
- Febriani, M. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Image* Pada Media Sosial *Twitter @PekanbaruCo*. JOM FISIP Universitas Riau. Vol. 1 No. 2 : <https://www.neliti.com/publications/31419>. Diakses pada 29 Juni 2019 pukul 15. 25 WIB.
- Guba, E., Lincoln, Y. (1994). *Competing Paradigms in Qualitative Research* dalam N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications. Hal 105-117 : <https://bit.ly/2Zd5ISw>. Diakses pada 1 Juli 2019 pukul 18.02 WIB.
- Hoopwood, M. (2006). *The Sport Integrated Marketing Communication Mix* dalam Beech, J. & Chadwick, S. *The Marketing of Sport* (Eds.). Pearson Education. Pt. 3. Ch. 11. Hal. 213-237 : <https://epdf.pub/the-marketing-of-sport.html>. Diakses pada 1 July 2019 pukul 15.23 WIB.
- Jooma, A. M., Nasir, S. (2015). *From National to International – The Leverage of a Sport Club Brand : A Case Study of Sport Club Internacional*. Mälardalen University. : <https://bit.ly/2YiPGp1>. Diakses pada 29 Juni 2019 pukul 14.35 WIB.
- Karlsson, P., Skänning, F. (2011). *Swedish Football Clubs – A Study of How Increase the Revenues in Allsvenskan*. Linnaeus University : <https://www.researchgate.net/publication/279470367>. Diakses pada 13 Juni 2019 pukul 15. 41 WIB.
- Kivunja, C., Kuyini A. (2017). *Understanding and Applying Research Paradigms in Educational Contexts*. International Journal of Higher Education. Vol.

- 6, No. 5, Hal 26-41: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1154775.pdf>. Diakses pada 5 Juli 2019 pukul 14.05 WIB.
- Krussel, J., Paramita, E. (2016). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Alfamart. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Solo*. Vol. 1, No. 1, Hal. 27-42 : <https://doi.org/10.23917/benefit.v1i1.2363>. Diakses pada 28 Juni 2019 13.21 WIB.
- Marshall, N. (1996). *Sampling for Qualitative Research*. Oxford University Press. Vol. 13, No. 6, Hal. 522-525 : <http://fampra.oxfordjournals.org>. Diakses pada 5 Juli pukul 17.28 WIB.
- Perumal, T. (2014). *Research Methodology*. Open University Malaysia. : <https://bit.ly/2SLqm9V>. Diakses pada 5 Juli 2019 15.46 WIB.
- Peshkin, A. (1993). *The Goodness of Qualitative Research*. American Educational Research Association. Vol. 22, No. 2, Hal 23-29 : <https://bit.ly/2YAny57>. Diakses pada 3 Juli 2019 pukul 12.11 WIB.
- Qazi, H. (2011). *Evaluating Goodness in Qualitative Researcher*. Bangladesh Journal of Medical Sciences. Vol.10, No. 1, Hal. 12-20 : <https://www.researchgate.net/publication/228349853>. Diakses pada 5 Juli 2019 18. 34 WIB.
- Rebolj, B. (2013). *The Case Study as a Type of Qualitative Research*. Journal of Contemporary Educational Studies. Vol. 1, No. 1, Hal. 28-43 : [www.researchgate.net/publication/265682891](http://www.researchgate.net/publication/265682891). Diakses pada 5 Juli 2019 pukul 16.27 WIB.
- Sandelowski, M. (2000). *Focus on Research Methods : Whatever Happened to Qualitative Description?*. John Wiley & Sons. Vol. 23, No. 4 Hal 334-340 : <https://bit.ly/2Y8WnPe>. Diakses pada 4 Juli pukul 11. 25 WIB.
- Schwarz, E., Hunter, J. (2006). *Advanced Theory and Practice in Sport Marketing*. Elsevier : <https://epdf.pub/advanced-theory-and-practice-in-sport-marketing.html>. 29 Juni 2019 pukul 16.08 WIB.
- Taherdoost, H. (2016). *Sampling Methods in Research Methodology : How to Choose a Sampling Technique for Research*. SSRN Electronic Journal.

Vol. 5, No. 2, Hal. 18-27 : [www.researchgate.net/publication/319998246](http://www.researchgate.net/publication/319998246).  
Diakses pada 6 Juli pukul 12.23 WIB.

Thanh, N., Thanh, T. (2015). *The Interconnection Between Interpretivist Paradigm and Qualitative Methods in Education*. American Journal of Educational Science. Vol. 1, No. 2, Hal 24-27 : <https://bit.ly/2HKaU8x>.  
Diakses pada 4 Juli 2019 pukul 13.25 WIB.

Thomas, P. (2010). *Research Methodology and Design*. University of South Australia. Ch. 4. Hal. 291-334 : <https://bit.ly/WDOxt3>. Diakses pada 2 Juli 2019 pukul 16.42 WIB.

Thuy, N., T. (2014). *Branding And Integrating Marketing Communications to Strengthen Brand*. Lahti University of Applied Sciences : [www.theseus.fi](http://www.theseus.fi).  
Diakses pada 20 Juni 2019 pukul 16.08 WIB.

Yuliartha, H., Pascarani, N., Alit Suryawati, I. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bali United Dalam Membangun *Brand Image* Sebagai Klub Sepakbola Profesional. E-Jurnal Medium. Vol. 1 No. 1 Hal. 1-8 : <https://bit.ly/2JRa8t9>.  
Diakses pada 26 Juni 2019 pukul 14.41 WIB.

### **Situs Web**

Adnan, M. (2018, 16 Januari). Hadapi FC Tokyo Bhayangkara FC Siapkan Suporter Polisi. <https://www.goal.com/id/amp/berita/hadapi-fc-tokyo-bhayangkara-fc-siapkan-suporter-polisi>. Diakses pada 28 Juni 2019 pukul 21.12 WIB.

Hanifan, A. (2018, 7 Maret). Bagaimana Sebuah Koperasi Menguasai Bhayangkara FC?. <http://tirto.id/bagaimana-sebuah-koperasi-kuasai-bhayangkara-fc>. Diakses pada 29 Juni 2019 pukul 10.25 WIB

Harahap, Z. (2019, 17 Mei). Shopee Liga 1 2019 : Persib Jadi Klub Paling Tenar di Instagram. <http://liputan6.com/read/3968360/shopee-liga-1-2019-persib-jadi-klub-paling-tenar-di-instagram>. Diakses pada 28 Juni 2019 pukul 16.51 WIB.

Nugrahaeni, C. (2018, 23 Juli). Suporter Bali United: Pak Polisi Tugasmu Mengayomi, Bukan Kompetisi.

<https://bolasport.com/indonesia/read/311373418/suporter-bali-united-pak-polisi-tugasmu-mengayomi-bukan-kompetisi>. Diakses pada 28 Juni 2019 pukul 20.31 WIB.

Nuralam, C. (2017, 15 November). FIFA : Selamat Kepada Bhayangkara FC. <https://bola.com/indonesia/read/3164278/fifa-selamat-kepada-bhayangkara-fc>. Diakses pada 29 Juni 2019 pukul 21.27 WIB.

Simon, E. (2019, 23 Maret). Agar Akuisisi Tidak Sekadar Jalan Pintas Berlaga di Divisi Teratas. <http://panditfootball.com/cerita/212736/EVS/190323>. Diakses pada 30 Juni 2019 pukul 12.34 WIB.

WorldFootball.net (2018). Home Matches' Attendance in Liga 1 2018. <https://www.worldfootball.net/attendance/idn-liga-1-2018/1/>. Diakses pada 30 Juni 2019 pukul 17.28 WIB.

