

## DAFTAR PUSTAKA

- Bitz, A. D. (1995). Consumer Evaluation of Sponsorship Programmes. *European Journal of Marketing.* , Vol. 29, No. 12.
- Chandra H.P., I. W. (2011). Peran kondisi Pemangku Kepentingan dalam Keberhasilan Proyek. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.*
- E., F. R. (1984). *Strategic Management, A Stakeholder Approach* University of Minnesota Massachusetts. Pitman Publishing Inc.
- Fitri Handayani, H. W. (n.d.). *Analisis Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Karang Jahe Di Kabupaten Rembang*, 2-3 .
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management, A Stakeholder Approach*, Unibersiti Of Minnesota, Massachusetts. Pitman Publishing Inc. .
- Purwatiningsih, M. D. (2014). Analisis Penerapan Stakeholder Mapping dan Pengaruhnya Pada Keberlanjutan Bisnis Perusahaan. 4-5.
- Rusdianto, U. (2007). *Cyber CSR*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Salma, A. N. (Juni 2017). Pengaruh Sponsorship Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Interdisciplinary Journal Of Communication Volume 2, No. 1*, 1-26.
- Wakka, K. (April 2014 ). Analisis Stakeholders Pengelolaan Kawasan Hutan dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Mengkendek, Kabupaten Tana Toraja, Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Penelitian Kehutanaan Wallacea Vol 3 No. 1*,

