

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2015). *Aaker on Branding: 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ambadar, Jackie. (2008). *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Amin, Shehzad. (2006). *Brand Activation Model*. Islamabad: Macro Management System.
- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Blakeman, R. (2015). *Advertising Campaign Design: Just The Essentials*. New York: Routledge.
- Bogdan, Robert dan Taylor. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Terjemahan oleh Arief Rurchan. Surabaya: Usaha Nasional.
- Bungin, Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Duncan, Tom. (2002). *IMC Using Advertising & Promotion to Build Brands*. New York: McGraw Hill.
- , (2008). *The Principles of Advertising & IMC, Second Edition*. New York: McGraw Hill.

Durianto, Darmadi; Sugiarto dan Budiman, Lie Joko. (2004). *Brand Ekuiti Ten* (Strategi Memimpin Pasar). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Henderi, (2007). *Analysis and Design System with Unified Modeling Language (UML)*. Tangerang.

Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).

Kennedy & Soemanagara. (2006). *Marketing Communication: Kritik & Strategi*, Kelompok. Jakarta: Gramedia.

Kotler, Philip. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

----- (2016). *Marketing Management: 15th Edition*. United States: Pearson Education Inc.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2012) *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

----- (2009). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relatiins, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Martono, Nanang. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada..

- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, Matthew.B & Huberman A.M. (1984). *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. (1992). Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Morel, P, Preisler, P, & Nyström, A. (2002). *Brand Activation*. Starsky Insight.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Payne, Adrian. (2003). *Handbook of CRM : Achieving Excellence in Customer Management*. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Priansa, Doni J. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Pudjiastuti, Wahyuni. (2010). *Special Event*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Pujileksono, D. M. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, Jalaludin. (2001). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Kiat dan Strategi: Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shimp, Terence A, 2004, *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Edisi ke 5 Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.

Simamora, Bilson, 2001, *Marketing For Business Recovery*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Soemanagara, Rd, 2006, *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*, Alfabeta, Bandung.

Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

----- (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Uyung, Sulaksana. (2007). *Integrated Marketing Communications*. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Wallace, Steve. (2012). *Brand Activation: Bringing Brands to Life!*

Wiryanawan, B. Mendiola. (2008). *Kamus Brand A-Z*. Jakarta: Red & White Publishing.

Yasir. (2011). *Perencanaan Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Zarrella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.

### **Jurnal:**

Wibowo, Edwin Agung. (2014). *Jurnal Manajemen: Pemanfaatan Teknologi E-Commerce dalam Proses Bisnis*.

Kristiawan, D, (2015). *Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 24(1), 86027.

### **Jurnal Online:**

Husain. (2015). *Brand Activation: A Theoretical Perspective*, *Journal of Marketing and Consumer Research* ISSN 2422-8451 An International Peer-reviewed Journal Vol.13.

Hoffman & Fodor (2010). *Strategic Options for Social Media Measurement*, [Strategic Options for Social Media Measurement \(Source: Hoffman &... | Download Scientific Diagram \(researchgate.net\)\)](#).

[Indirani, Ratih](#). Penggunaan Media Sosial Pada Komunikasi Pemasaran L'cheese Factory di Pekanbaru, FISIP Universitas Riau.

Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Saeed R, at.all. (2017). *Jurnal Komunikasi: Pencapaian Brand Corporate Melalui Brand Activation Pendekatan Experiential Marketing (Studi Kasus Laboratorium Klinik)* Vol. 9, No. 1.

Siregar. (2017). *Pengembangan Brand Activation E-Journal Margin*, ECO VOL.1.

### **Skripsi:**

Nathania. (2017). *Strategi Membangun Brand Engagement Melalui Media Sosial: Studi Kasus Akun Media Sosial AirAsia Indonesia*. Universitas Multimedia Nusantara.

Respitasari. (2018). *Brand Activation Bandeng Mentari (Studi Deskriptif Kualitatif Ud. Sarana Multi Niaga)*. Skripsi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Vega, Alda Taj', *Analisis Strategi Brand Activation ZOYA Melalui Campaign #AmbilPilihanmu dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram*. Skripsi Ilmu Komunikasi. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.

### **Referensi Online:**

[Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta \(kompas.com\)](#) . Diakses 1 Maret 2022.

[Penggunaan E-Commerce di Era Digital – Unit Kegiatan Mahasiswa Penulis \(um.ac.id\)](#) . Diakses 2 Maret 2022.

[Hootsuite \(We are Social\): Indonesian Digital Report 2021 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital yogyakarta.](#) Diakses 3 Maret 2022.

<https://inforial.tempo.co/info/1004590/my-skin-but-better-ideal-untuk-kulit-perempuan>. Diakses 3 Maret 2022

<http://www.slideshare.net/bienamaulana/tik-menjelaskan-tentang-Instagram> . Diakses 3 Maret 2022.