

DAFTAR PUSTAKA

- Octa, A. (2019, August 28). *Mengukur Kinerja Aktivitas Brand Activation*. Retrieved from Distribusi Pemasaran: <https://distribusipemasaran.com/mengukur-kinerja-aktivitas-brand-activation/>
- Sukendro, G. G., & Pandrianto, N. (2019). Diagnosa Komunikas Brand Activation Dan Media Digital Atas. *Jurnal Komunikasi*, 93-94.
- Indah, R. (2021, December 24). *4 Jenis Brand Activation Untuk Bangun Brand Image Positif*. Retrieved from Bert's: <https://bertsolution.com/article/4-jenis-brand-activation-untuk-bangun-brand-image-positif/>
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central*. New York: Springer-Verlag.
- Hoyle, L. H. (2002). Introduction to Event Marketing. In *Event marketing : how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions* (p. 2). Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Sukoco, M. H. (2014). Pengaruh Pemasaran Event Terhadap Citra Merek. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10-12.
- Tanoto, U. (2020, December 11). *Brand Activation, Sebuah Strategi Pemasaran yang Efektif*. Retrieved from Jojonomic: <https://www.jojonomic.com/blog/brand-activation/>
- Sugiyono. (2019). *MEtode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2008). *MEtode PEnelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Hardani, d. (2020). *Metode PEnelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Retrieved.
- Mokoagouw, L. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile Lt. Cender Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16, No. 1.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Schmitt, B. (1999). *Journal of Marketing Management*.
- Cahyadi, I. R. (2022, Juni 8). *Beritasatu.com*. Retrieved Juni 24, 2023, from <https://www.beritasatu.com/lifestyle/936993/resmi-terdaftar-di-imi-prepp-scooter-club-pecahkan-rekor-muri>
- mediaindonesia. (2022, April 12). *mediaindonesia.com*. Retrieved Juni 24, 2023, from <https://mediaindonesia.com/humaniora/485312/prepp-studi-bagikan-100-vespa-melalui-kampanye-prepp-scooter-club>
- Littlejohn, S. D. (2008). *Theories of Human Communication*. Thomson Wadsworth.
- Griffin, E. (2012). *In A First Look At Communication Theory*. McGraw Hill.
- Bosselmann, K. (2006). Poverty Alleviation and Enviromental Sustainability Through Improved Regimes of Technology Transfer. *LEAD Journal*, 21-32.
- Kusumastuti, R. (2015). Developing Innovation Capability of SME Through Contextual Ambidexterity. *International Journal of Administrative Science & Organization*. 51-59.
- Chaudhary, A. N. (2016). Productivity Analysis of Steel Industri of India: A Case Study of Steel Authority of India Ltd. *International Journal of Commerce, Business and Management (IJCBM)*. 2319-2828.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, H. (2010). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran* . Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Philip Kotler, K. (2008). *Manajaeman Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ferrinadewi, E. (2008). Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. In E. Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. In C. o. Name. NewYork: The free Press.
- Shimp, T. A. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tamnahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Erlangga.

- Wijianto, S. M. (2023, 02 08). *Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Era 5.0*. Retrieved from News UAD: <https://news.uad.ac.id/mengembangkan-ekonomi-kreatif-di-era-5-0/#:~:text=Ekonomi%20kreatif%20merupakan%20sebuah%20konsep,daya%20manusia%20sebagai%20faktor%20produksi>
- Dr. Budi Rahayu Tanama Putri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar.
- Trends, G. (2023, Juni 20). *Google Trends*. Retrieved from Google Trends: <https://trends.google.com/trends/explore?date=now%201-d&geo=ID&q=prepp%20studio,erigo%20apparel,m231,roughneck,3second&hl=en>
- Kesuma Mezan el-Khaeri, I. R. (2022). Analisis Toko dan Asal Toko Fashion Pria di Sho[ee Menggunakan Data Scrapping dan Exploratory Data Analysis. *Majalah Ilmiah Teknologi Elektro*.