

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Daymon, Christine & Immy Holloway. 2002. *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*, Terjemahan oleh Cahya Wiratma. Yogyakarta: Bentang.
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gustafon. T. & Cabot, B. (2007). *Brand Awareness*. Cornell Maple Bulletin 105.
- Husein, Umar. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Han, C. Min. (1994). *Assessing the Roles of Cognitions, Country-of-Origin, Consumer Patriotism, and Familiarity in Consumer Attitudes Toward Foreign Brands*. *Journal of Asia Pacific Advances in Consumer Research*. 1 : 103-108.
- Moleong L.J.2011. *Metode Penelitian Edisi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Pawito. 2007. *Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan Pengembangan dan Pemanfaatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rini, E.S. (2009). "Menciptakan pengalaman konsumen dengan *experiential marketing*". *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1, pp. 15-20, Januari 2009.
- Staub. 1997. *Contesting Patriotism: Culture, Power, and Strategy in the Peace Movement*.
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Wijaya, Bambang Sukma (2013). *Iklan Ambient Media: Konsep, Strategi Pesan dan Implementasi*. Edisi ke-2. Jakarta: UB press.

Jurnal:

- Chen, Hsiu-Li. (2011). *Effects of Country-of-Origin, Consumer Patriotism, and Values on Brand Strength : A Multi-Attribute Setting*. Vol.3.
- Chen, Cathy and Durairaj Maheswaran. (2008). *Nation Equity : Country-of-Origin Effects and Globalization*. Working Paper, Singapore Management University, Singapore.
- Han, C. Min. (1994). *Assessing the Roles of Cognitions, Country-of-Origin, Consumer Patriotism, and Familiarity in Consumer Attitudes Toward Foreign Brands*. *Journal of Asia Pacific Advances in Consumer Research*. 1 : 103-108.
- Liembawati Yessy, Dharmayanti, & Brahmana, Ritzky Karina. 2014. Analisis Pengaruh *Brand Activation* Terhadap Pembentukan *Brand Community* Pada PT ISM Bogasari Flour Mills. *Journal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol 2, No.1
- Wijaya, Bambang Sukma. “Experiential Communication Model in The Organizational Communication; a study of Persuasive Tehnique in Order to Gain Audience Trust. “*Journal of Komunika Indonesia Institute of Science (LIPI)* vol. 14 No. 1 (2011)
- Wijaya, B. S. (2015). From Selection to Proposition: Qualitative Data Analysis Method and Model. *Journal Communication Spectrum: Indonesia Journal of Communication and Culture*, 5(1), 1-13

Karya Ilmiah yang Tidak Dipublikasikan:

- Dewi, Kurnia. 2011. *Mara Advertising dan Strategi Brand Activation Metro Beringharjo di Yogyakarta (Studi Deskriptif Strategi Program Brand Activation Metro Beringharjo dalam membangun Brand Awareness)*. (Skripsi). Yogyakarta. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
- Prawira, Wayan Aristana. 2013. Analisis Pengaruh Strategi *Brand Activation* “Sejuta Momen Seru Oreo” Terhadap *Brand Engagement Oreo*. Di Kota Bekasi (Skripsi). Jakarta; Universitas Bakrie

Sumber Lain:

<https://aseanup.com/top-e-commerce-sites-indonesia/> diakses pada 10 Februari 2019.

<http://marketeers.com/inilah-sepuluh-e-commerce-terpopuler-di-indonesia/> diakses pada 11 Februari 2019

<http://nextren.grid.id/read/0124363/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online-ini?page=all> diakses pada 10 Februari 2019

Wallace, Steve. 2012. *Brand Activation: Bringing Brand to Life!*. <http://www.brandactivation.ca/brand-activationtrade.html>. Diakses pada 12 Februari 2019.

Wijaya, B. S. 2011. *Brand Activation & Marketing Event (Modul Matakuliah ‘ Pengantar Periklanan dan Komunikasi Pemasaran’)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Jakarta. Tersedia: <https://big.bakrie.ac.id/index.php?module>, diakses 11 Februari 2019

<https://www.makerfest.id/> diakses pada 13 Februari 2019