

DAFTAR PUSTAKA

- Alberts, P. G. (2009). What is Brand Activation?
- Ardianto, E. (2014). Metodologi Penelitian Untuk Public Relations : Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardhanari, M. (2008). Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand. In Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis (pp. 58-68).
- Attri, R. (2013). Brand Activation: The Mantra for Success in Times to Come, Facing
- Bungin, B. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya (2 ed.). Jakarta: Kencana.
- Brannan, Tom, 2005, Integrated Marketing Communications, PPM, Jakarta.
- Challenges in the Era of Globalization. New Delhi: Excellent Publishing House.
- Darmawan, D. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Eriyanto. (2011). Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya (1 ed.). Jakarta: Kencana.
- Gendron, M. (2017). From Public Relations to Brand Activation: Integrating today's Communications Tools to Move Business Forward. Journal of Organizational Behavior, 28(3), 303-325
- Grewal, D., & Levy, M. (2016). Marketing (5th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Hussain, A. (2013). Brand Activation, Bringing the spirit of Brand to Life.

- Ismail, F. (2018). *Statistika : Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial* (1 ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, Philip & Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Macanan Jaya Cemerlang*, Jakarta.
- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (edisi revisi). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sääksjärvi, M., & Samiee, S. (2011). *Relationship among Brand Identity and Brand Preference: Differences between Cyber and Extension Retail Brands over Time*. Elsevier.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif (Revisi ed.)*. Bandung: PT Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications* (Ninth ed.). USA: Cengage Learning.
- Refika Aditama. Surabaya: Airlangga University Press.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (1 ed.). Jakarta: Kencana