

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598-9944.
- Ariztiawan, M. R. (2023). Strategi Brand Activation pada Event Bandung Thrift Weekend. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 3, No. 1, pp. 317-323).
- Arkadan, F., Macdonald, E. K., & Wilson, H. N. (2024). Customer experience orientation: Conceptual model, propositions, and research directions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 52(6), 1560–1584. <https://doi.org/10.1007/s11747-024-01031-y>
- ATN Event Staffing. (2025). *Experiential event marketing statistics 2025*. ATN Event Staffing. <https://atneventstaffing.com/experiential-event-marketing-statistics-2025/>
- Aurora, H., & Aulia, S. (2023). Strategi Brand Activation pada Brand Minuman Kekinian. *Kiwari*, 2(3), 514-522.
- Ayunda, F. B., & Megantari, K. (2021). Analisis manajemen event Reyog Jazz sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran budaya dan wisata Kabupaten Ponorogo. *Commicast*, 2(2), 81-89.
- Azizah, N., & Lovett, M. M. (2021). Analisis Event Marketing dalam Meningkatkan Citra Merek STIKOM InterStudi. *Prosiding Hubungan Masyarakat*. <https://doi.org/10.29313/.V7I1.27189>
- Bičiūnaitė, V. (2011). Interaction between the Young Fashion Buyers and the Brand-ambassadors.

- BRMP Perkebunan Kementerian Pertanian RI. (2025). *Tren 2025: Peluang dan daya saing kopi*. <https://perkebunan.brmp.pertanian.go.id/berita/tren-2025-peluang-dan-daya-saing-kopi>
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). Integrated Advertising, promotion, and Marketing Communication. *In pearson (Issue 3)*.
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423–5443. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.5181>
- Darnia, M. E., Amelia, M., Wulandari, I., Ariani, T., Anggraini, O., Syahputra, M. F., & Syuhada, M. A. S. (2024). Perlindungan Data Identitas Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 405-412.
- Devi, A. S., Hotimah, K., Karimullah, A., & Anshori, M. I. (2024). Mewawancarai kandidat: Strategi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas. *Master Manajemen*, 2(2), 66-78.
- Dewi, N. K. A. P., Amrita, N. D. A., Dewi, A. A. P., Permatasari, N. W. W. W., & Dobe, T. K. (2026). Pengaruh Media Sosial terhadap Pembentukan Persepsi dan Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 9(1), 259-271.
- Dissanayake, R., & Gunawardane, N. (2018). Brand activation: A review on conceptual and practice perspectives. *Asian Social Science*, 14(8), 37.
- Effendi, M., & Eka, A. P. B. (2024). Persepsi Konsumen dalam Memediasi Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Industri Kreatif Sektor Kuliner. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 210-219.
- Faaiz, M. A., Dianita, I. A., Gracia, A. B., & Seprina, W. O. (2024). The Effect of Experiential Brand Activation Through Vidio's "Roaring Night" Event on Customer Trust. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 6(3), 271–286. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v6i3.12142>

- Fadhilah, K., Utamidewi, W., & Nayiroh, L. (2025). Komunikasi Pemasaran melalui Event dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Literatur pada PT Lintas Raya Terpadu Jakarta). *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4.
- Fahimah, M. A. (2017). Implementasi Brand Activation Lactogrow Happy Wonderland. *Margin Eco*, 1(1), 1-16.
- Fajri, R. A. (2025). Strategi Brand Activation Ninja Xpress Melalui Special Event. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2), 461-470.
- Fauziyah, F. D., & Sujarwo, I. (2022). Kemampuan penalaran matematis dalam menyelesaikan soal geometri ditinjau dari persepsi siswa. *Galois: Jurnal Penelitian Pendidikan Matematika*, 1(2), 10-22.
- Fitria, E. N. (2025). Analisis Brand Activation dalam Memperkuat Brand Awareness (Studi Deskriptif Pada Brand Mie Gacoan di Kota Padang) (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Fimela. (2025). Kapal Api hadirkan Seduh Inspirasi di UGM untuk mahasiswa menemukan arah dan semangat baru. https://www.fimela.com/lifestyle/read/6227718/kapal-api-hadirkan-seduh-inspirasi-di-ugm-untuk-mahasiswa-menemukan-arah-dan-semangat-baru#google_vignette
- Gea, H. L. ., Telaumbanua, A. ., Hulu, P. F., & Zebua, S. . (2024). Analisis penerapan total quality management dalam meningkatkan kualitas produk pada UD. Eli Karya di Kecamatan Lahewa Timur Kabupaten Nias Utara. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 6324–6330. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i3.28933>
- Geandra, I., Lubis, R. A., Albiyan, F., & Nurbaiti. (2026). Pemaknaan Digital Customer Experience dalam Pengembangan Strategi E- Marketing: Studi Penomologis pada Generasi Z. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 159–168. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1578>

- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran sosial media atas perilaku konsumtif belanja bagi ibu rumah tangga di Desa Lebaksari Kec. Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682-686.
- Hameed, F., Malik, I. A., Hadi, N. U., & Raza, M. A. (2023). Brand awareness and purchase intention in the age of digital communication: A moderated mediation model of celebrity endorsement and consumer attitude. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 13(2), e202309.
- Handayani, P., Wirakusumah, T. K., & Risanti, Y. D. (2023). Efektivitas event marketing Netisane pada perubahan sikap peserta terhadap Produk Cascara. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 119-133.
- Hardianti, S., & Amelia, R. W. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Pj-Tek Mandiri Kota Tangerang Selatan: Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Pj-Tek Mandiri Kota Tangerang Selatan. *Journal Of Research And Publication Innovation*, 1(4), 1109-1116.
- Hasibuan, M. P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis pengukuran temperatur udara dengan metode observasi. *Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8-15.
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Penerapan metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462-469.
- Infobrand.id. (2025). *Konsumsi kopi di Indonesia: Generasi muda pilih Good Day sebagai favorit*. <https://infobrand.id/konsumsi-kopi-di-indonesia-generasi-muda-pilih-good-day-sebagai-favorit.phtml>
- Investor.id. (2024). *Minum kopi sudah jadi gaya hidup milenial dan Gen Z*. <https://investor.id/lifestyle/362330/minum-kopi-sudah-jadi-gaya-hidup-milenial-dan-gen-z>
- Jakpat. (2023). *Indonesia consumer on coffee: Gen X, millennials, Gen Z report series*.

- Jenita, N. K. S., Astiti, N. P. Y., & Adhika, I. N. R. (2023). Pengaruh Job Description, Sistem Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Dinas Sosial Kabupaten Gianyar. *EMAS*, 4(1), 81-95.
- Jubba, H. F. N. N. P. W. I. J. J., Ferdaus, N. N., Pratiwi, W. I., & Juhansar, J. (2021). Persepsi masyarakat terhadap pandemi COVID-19. *Dialektika*, 14(1), 1-16.
- KompasTV. (2025). *Kapal Api goes to campus UGM dorong mahasiswa temukan semangat belajar dan wujudkan mimpi*.
<https://www.kompas.tv/advertorial/635240/kapal-api-goes-to-campus-ugm-dorong-mahasiswa-temukan-semangat-belajar-dan-wujudkan-mimpi>
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2018). Marketing Management An Asian Perspective. *In pearson*.
- Kusumawardani, A. D., & Bachtiar, W. (2026). Marketing Activation dalam Meningkatkan Brand Exposure melalui Event “A Moment of J”. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(02), 204-219.
- Lasmita, L., & Muspawi, M. (2024). Literatur Review: Operasionalisasi Variabel dalam Penelitian Pendidikan: Teori dan Aplikasi . *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 42925–42931. Retrieved from
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/20605>
- Lathifah, N., Putri, S. H., Sadiyyah, Z. N., Hanafi, H., & Ervansyah, F. E. (2025). Pelatihan Perencanaan Event, Perhitungan Waktu Dan Lokasi Event Bagi Peserta Didik Zillennial Action. *Bhakti Karya dan Inovatif*, 5(1), 47-52.
- Lestari, E. (2024). Persepsi konsumen mengenai harga, lokasi dan kualitas pasar terhadap minat beli konsumen di Pasar Klandasan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 133-138.
- Lee, K., Shim, E., Kim, J., & Nam, H. (2021). The influence of product innovation messages on the intention to purchase incumbent products. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(3), 154–166.
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2021.01.003>

- Liputan6.com. (2025). Kapal Api goes to campus di UGM buka ruang bagi mahasiswa untuk menemukan semangat dan wujudkan mimpi. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/6227785/kapal-api-goes-to-campus-di-ugm-buka-ruang-bagi-mahasiswa-untuk-menemukan-semangat-dan-wujudkan-mimpi>
- Lubis, R., & Murhayati, S. (2025). Karakteristik penelitian kualitatif: Tujuan dan manfaat penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13066-13073.
- Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi perlindungan konsumen dan peran lembaga perlindungan konsumen di Indonesia: Perlindungan, konsumen dan pelaku usaha (Literature review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659-666.
- Maharani, M. R. D., Aryawan, F., Abidar, M. S., Yulianto, K. D., Purborini, A. G., Zainuddin, A., & Haqqi, M. I. (2023). Preferensi Konsumen dalam Memilih Tiga Produk Kopi (Kapal Api, Fresco, dan Kahyangan): Sebuah Pendekatan Grid Analysis. *Jurnal Agrosains Universitas Panca Bhakti*, 16(2), 32-39
- Maulida, F., & Sukardani, P. S. (2025). Pengaruh Brand Activation terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Tunjungan Romansa oleh Generasi Z di Kota Surabaya. *The Commercium*, 9(3), 01-11.
- Mauludin, M. S., Ratnawati, D., Arianti, N., Pryastara, M. D., & Novitawati, V. A. (2022). Analisis persepsi konsumen terhadap penggunaan jasa Gojek. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 3(1), 123-141.
- Nurbaiti, D., Muzaki, I. A., & Mustofa, T. (2026). Penggunaan Teknologi Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas Viii Di Smp Islam Telukjambe Karawang: The Use of Technology in Islamic Religious Education Learning for Grade VIII Students at Islamic Junior High School Telukjambe Karawang. *TA'LIMUNA: Jurnal Pendidikan Islam*, 15(1), 65-77.
- Nurbani Aisyah, S., Rahmat Wisudawanto, & Hasbullah Azis. (2024). Penerapan IMC (Integrated Marketing Communications) oleh Pemerintahan

- Kabupaten Sukoharjo pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 61–74.
<https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1219>
- Nurhaliza Warsha, G. K. Putra, & N. A. Praptiningsih. (2025). Manajemen event NgeDeal Yuk spesial Ramadhan 2025 sebagai wadah kolaborasi kreator konten dan brand oleh StarHits. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 7(1), 128–136.
- Nurkhasanah, A. A., Mazaya, A. F. A., Maulidiyah, V., Hadiana, H., Cahya, N. E. I. D., & Septrisia, S. (2025). Analisis Kinerja Rantai Pasok Pembudidaya Ikan Lele di Kediri Studi Kasus pada Pembenihan dan Pembesaran. *Torani Journal of Fisheries and Marine Science*, 9(1), 57-71.
- Pandowo, D. C., Yusuf, V., & Malkisedek, M. H. (2025). Strategi Brand Activation Philips Lighting: Menciptakan Pengalaman Berkesan di Pesta Warga. *Scriptura*, 15(2), 130-139.
- Poltak, H., & Widjaja, R. R. (2024). Pendekatan metode studi kasus dalam riset kualitatif. *Local Engineering*, 2(1), 31-34.
- Prameswari, A. S. (2019). Strategi Brand Activation Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Event Dextone Goes To School Di Sekolah Dasar Negeri 13 Jakarta Utara) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE).
- Pratiwi, L. arum, Pritasari, O., Wilujeng, B., & Puspitorini, A. (2021). Strategi Penerapan Brand Activation Paras Asri Wedding Organizer di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Tata Rias*, 10(2), 68–75.
<https://doi.org/10.26740/jtr.v10n2.41896>
- Putri, Y. C. C. Y., & Widiarti, P. W. W. (2025). Strategi komunikasi pemasaran produk Lokalate PT Nutrifood melalui brand activation dalam meningkatkan brand awareness pada mahasiswa di Yogyakarta. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8 (1), 79–86.
<https://doi.org/10.21831/lektur.v8i1.23729>

- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand marketing*. Penerbit Widina.
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13074–13086. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.27063>
- Putri, R. R., & Sukati, I. (2024). Pengaruh promosi, review customer dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian fashion TikTok Shop di Batam.
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77-84.
- Rachman, R., Rauf, A., & Savina, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Konsumen Minimarket Parobot Mart Sumbawa Besar). *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 2(2), 284-292.
- Rana, J. A. S., & Mandagie, W. C. (2026). Integrated marketing communications as a strategic capability: Effects on purchase decisions via brand equity and satisfaction. *Innovative Marketing*, 22(2), 289–302. [https://doi.org/10.21511/im.22\(2\).2026.20](https://doi.org/10.21511/im.22(2).2026.20)
- Rahmadini, D. D., & Masnita, Y. (2024). Consumer response to live streaming shopping using the stimulus, organism and response (SOR) method approach. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 691-700.
- Rahmawati, A., Halimah, N., Karmawan, K., & Setiawan, A. A. (2024). Optimalisasi teknik wawancara dalam penelitian field research melalui pelatihan berbasis participatory action research pada mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2), 135-142.

- Ramadhani, R. A., & Rachmi, A. (2025). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Brand Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kapal Api Di Toko Tujuh Empat Kota Malang. *Journal of Business Economics and Management* | E-ISSN: 3063-8968, 2(1), 1548-1558.
- Ramadhani, S., & Yuliana, L. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Mobil Listrik Mercedes-Benz EQS. *Jurnal orientasi bisnis dan entrepreneurship (jobs)*, 4(1), 35-44.
- Riyadi, B. A. P., Adhypoetro, R. R., & Benjamin, A. H. (2025). Implementasi IMC Dalam Strategi Promosi Merchandise pada Event Jakarta Fair 2023. *Hybrid Advertising Journal: Publication for Advertising Studies*, 4(1), 29-40.
- Rizqi, A. N., Arif, S., Utami, A. D. W., Andari, T. W., Satrio, P. U. D., Hartiningrum, A., & Noviyanti, R. (2023). Brand Activation UMKM Flo Cookery melalui Logo dan Identitas Visual. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 3(1), 49–54.
<https://doi.org/10.33086/snpm.v3i1.1231>
- Rofiah, C. (2022). Analisis Data Kualitatif: Manual Atau Dengan Aplikasi?. *Develop*, 6(1), 33-46.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara dan kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39-47.
- Rusydi, I. (2018). Pengaruh Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Akidah Akhlak Hubungannya Dengan Akhlak Siswa Di Sekolah (Penelitian Di Mts Al-Ghozali Kab. Indramayu). *Risâlah Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 4(1, March), 133-140.
- Saeed, R., Zameer, H., Tufail, S., & Ahmad, I. (2015). Brand activation: A theoretical perspective. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 13(1), 94-99.

- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680-9694.
- Sagita, R. T., & Mustikasari, R. P. (2024). Persepsi Pengunjung pada Roadshow the Girl Fest 2023. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 11751-11759.
- Sarita, A. A., & Imawati, E. (2023, July). Peningkatan keterampilan memahami teks laporan hasil observasi menggunakan metode diskusi siswa kelas VIII. In *Prosiding Seminar Akademik Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 39-46).
- Smilansky, S. (2009). Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences. *Kogan Page*, London.
- Solomon, M. R., & Russell, C. A. (2023). Consumer behavior: Buying, having, and being (14th ed.). *Pearson Inc.*
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.
- Thamrin, P. A. (2024). Analisis dan strategi optimalisasi keuangan dalam manajemen event. *Al-Mumtaz: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 41-54.
- Thang, C., & Iswanto, R. (2023). Perancangan brand activation untuk Start branding beserta media promosinya untuk meningkatkan brand awareness. *Jurnal Vicidi*, 13(1), 81-97.
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198-211.

- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). Generasi Z sebagai konsumen masa depan: Karakteristik, preferensi, dan tantangan baru. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 5(2), 90-99.
- Wijaya, S. (2023). Pengaruh Pengalaman dan Kepercayaan Konsumen pada Loyalitas Konsumen (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Winarni, E. (2024). Analisis Penggunaan dan Pengaruh Multilingualisme di Lingkungan Sekolah Alkitab Full Time Training Indonesia (FTTI) Sentul, Bogor. *Translation and Linguistics (Transling)*, 4(2), 100-105.
- Zahir, M. R. (2025). Analisis efektivitas konten buatan pengguna (UGC) dan konten buatan perusahaan (FGC) dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap merek di era digital. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 13(1), 165-174.
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi metode outdoor learning dalam peningkatan hasil belajar siswa pada mata pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147-153.