

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S. (2011). *Brand activation* model [Makalah]. Macro Management System. Salinan terbuka diakses pada 10 September 2026 dari <https://www.slideshare.net/stamboulikarim/dsa-brand-activation-model-how-to-measure-your-activation-performance>
- Cao, J., Li, J., Wang, Y., & Ai, M. (2022). *The impact of self-efficacy and perceived value on customer engagement under live streaming commerce environment*. Security and Communication Networks, 2022, Article 2904447. <https://doi.org/10.1155/2022/2904447>
- Clow, K. E., & Baack, D. (2021). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications* (9th ed.). Pearson
- Communication Toko Kopi Padma Dalam Menarik Pelanggan. *The Commercio*, 7(1), 10-23.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fajri, R. A. (2025). Strategi *brand activation* Ninja Xpress melalui special event. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*, 4(2), 461-470. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i2.5298>
- Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Romyeni, R. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 01-19.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi pemasaran*. UMSIDA Press.
- Hira. (2024, August 21). *Brand activation: Definisi, manfaat, dan cara menerapkannya*. MarkPlus Institute. <https://markplusinstitute.com/explore/brand-activation-definisi-manfaat/>

- Iswadi, L. F., KN, J., & Handoko, D. (2023). *Pengaruh brand activation terhadap brand image Whitelab (Survei pada pengunjung Unveil the New Whitelab)*. TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora, 1(4), 89-107. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.509>
- Jannah, M. (2024). *Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Price Discount Terhadap Impulse Buying pada Produk Make Over di Kota Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Joseph, J. K., & Bindal, M. (2018). *The impact of brand post strategy and social media engagement on customer loyalty*. *International Journal of Management Studies*, 5(3(8)), 48-55. [https://doi.org/10.18843/ijms/v5i3\(8\)/06](https://doi.org/10.18843/ijms/v5i3(8)/06)
- Khadaffi, M. (2025). *Analisis Strategi Pengelolaan Event Pelita Jaya Maroon Cup Sebagai Upaya Mempertahankan Citra Positif Universitas Bakrie* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- MarketHac. (2025). *Top 10 sunscreen di 2025: Wardah dan Azarine rebutkan posisi satu, ini jawaranya*. Diakses pada 27 Mei 2026, dari <https://markethac.id/report-news/news/top-10-sunscreen-di-2025-wardah-dan-azarine-rebutkan-posisi-satu-ini-jawaranya>
- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). *Pendekatan penelitian kuantitatif dan kualitatif serta tahapan penelitian*. *Journal Genta Mulia*, 15(1), 82-92. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>
- Nisa, A. C., Putri, B. P., Febiantika, C., Fatimah, C. H., Putri, F. D. A., Hoo, J., ... & Siagian, H. P. P. (2025). *Studi Pengetahuan dan Pemilihan Jenis Sunscreen pada Remaja SMA*. *Jurnal Farmasi Komunitas Vol, 12*(2), 221-228.
- Nugraha, D. A. (2024). *Analisis Komunikasi Pemasaran Digital Bucini untuk Menjaga Kestinambungan Usaha di Era Digital*. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management (IJEBAAM)*, 2(3), 13-23.
- Populix. (2025). *Populix ungkap tren skincare Gen Z dan milenial: Meskipun dibanjiri produk luar, skincare lokal masih juara*. Populix. Diakses pada 28 Mei 2026, dari <https://info.populix.co/articles/tren-skincare-gen-z-dan-milenial/>

- Prajarto, Y. A. N., & Purwaningtyas, M. P. F. (2021). Media Digital dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata: Efektivitas Sistem Informasi Kanal Pemesanan Daring. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 18(1), 1-18.
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2023). Metode pengumpulan data kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/27063>
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2025). Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley. *Miles Dan Huberman| Journal of Management, Accounting, and Administration*. nd Accessed October, 20.
- Rahma, V. N., Huda, A. M., Kom, S., & Ikom, M. (2023). Penerapan Integrated Marketing
- Rahman, A., Hidayat, T., & Firmansyah, R. (2024). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Idarah: *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Rahmani, M. A., Widodo, A., Silvianita, A., & Rubiyanti, N. (2024). Minat pembelian produk kosmetik lokal dengan ulasan *online*: Kerangka konseptual. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 1184-1194.
- Resqi, M. (2022). Komunikasi Pemasaran: Studi Bibliometrik Dalam Penggunaan Teknologi Dan Media Sosial Untuk Pemasaran. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4194-4203.
- Safitri, E., Auliana, L., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (2022). Kajian literatur peran integrated
- Sebayang, M. (2024). *Optimalisasi Pengendalian Penggunaan Rompi Keselamatan Petugas Ground Handling Area Airside Bandar Udara Internasional Kualanamu* (Doctoral dissertation, Politeknik Penerbangan Palembang).
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.

- Wardana, A. K., Handayani, D. S., Kaunang, R. R., & Parani, R. (2024). Komunikasi pemasaran terpadu dalam era digital: Peran teknologi dan respons masyarakat. *Co-Value: Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 14(11).
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198-211.
- Yusuf, F. (2016). Optimalisasi program *branding* dan aktivasi merek di era digital. *Jurnal Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/10.31294/jkom.v7i1.2169>
- 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*, 3(2), 147-153.