

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Arikunto S. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta, Jakarta
- Cangara, hafied. 2012. *pengantar ilmu komunikasi*. PT Grafindo Persada, Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2007, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Evans, Dave. 2008. *Social Media An Hour A Day*. Wiley Publishing. Inc: Canada
- Framanik, Aprillia. 2012. *Komunikasi Persuasi*, Kocipta Publishing, Serang
- Grace, D dan Aron, O. 2004. *Brand Associations : Looking Through the Eye of The Beholder*. Qualitative Market Research
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minutes Social Media Marketing*. Mc GrawHill Companies. United States
- Juju dan Sulianta, F. 2010. *Branding with social Inetwork*, PT Elex Media Koputindo, Jakarta
- Kriyantono, R. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana, Jakarta
- Martono, N. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Mulyana, D. 2012. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Jakarta
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Pudjiastuti, W. 2010. *Special Event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta

- Shimp, T. 2003. *Periklanan Promosi (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*, Erlangga, Jakarta
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Prestasi Pustaka Publisher, Jakarta. ISBN: 978-602-8470-17-9.
- Sunyoto, D. 2011. *Analisa Regresi Dan Uji Hipotesis*, CAPS, Yogyakarta
- Sunyoto dan Burhanudin. 2011. *Prilaku Organisasional*. CAPS, Yogyakarta
- Suprpto, T 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CAPS, Jakarta
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

#### **JURNAL :**

- Prawira, Wayan Aristana, 2013. '*Analisa Pengaruh Strategi Brand Activation Sejuta Moment Seru Oreo Terhadap Brand Engagement Oreo Di Bekasi*'. Universitas Bakrie, Vol.1, No.4, diakses pada tanggal 17 April 2016.  
[http://journal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal\\_ilmiah\\_ub/article/view/353](http://journal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal_ilmiah_ub/article/view/353)
- Yessy, Liembawati, 2014. '*Analisa Pengaruh Brand Activation Terhadap Pembentukan Brand Community Pada PT ISM BOGASARI FLOUR MILLS*'. Universitas Kristen Petra, Vol.2, No.1, diakses pada tanggal 17 April 2016.  
<http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/viewFile/1397/1258>
- Atikah, Atikah, 2015. '*Pengaruh Brand Activation Event Taman Fantasi Goes To School Terhadap Penciptaan Consumer Engagement Program Marsha and The Bear ANTV Di SD 02 Tengah Kramat Jati*' diakses pada tanggal 18 April 2016.  
[http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal\\_ilmiah\\_ub/article/view/1248](http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal_ilmiah_ub/article/view/1248)

#### **WEBSITE :**

- Brandactivation.ac,2014,BRAND ACTIVATION <sup>TM</sup>- Brand Activation : Bringing Brands to life!, diakses pada tanggal 1 April 2016.  
<http://www.brandactivation.ac/brand-activationtrade.html> diakses pada tanggal 1 April 2016.