

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Dwiantara, L. (2015). Pengantar ilmu komunikasi. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Effendy, O. U. (2015). Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P. , & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Mulyana, D. (2021). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung PT Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. (2002). Perilaku Konsumen dan Komunikasi *Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rismayanti. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 45-56.
- Tjiptono, F. (2004). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Qiara Media.
- Wallace, E. (2012). *Brand Activation and experiential marketing strategis Journal of Brand Strategy*, 4(2), 110-123.
- Dissanayake, D. M. R., & Gunawardane, N. R. (2018). *Brand activation: A review on conceptual and practical dimensions*. *Journal of Business Research*.
- Van Riel, C. B. M. (2000), *Strategic corporate communication*. Prentice Hall.
- Van Riel, C. B., & Fombrun, C. J, (2007). *Essentials of corporate communication*.
Routledge
- USDA. (2023). *World Coffee production report 2022/2023*. United States
Departement of Agriculture.
- IndonesiaBaik. (2023). *Indonesia Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia*. Portal
Informasi IndonesiaBaik.
- Aji, D. A., & Juwita, R. (2023). *Brand Activation sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran terpadu (Studi Kasus: Headstock Coffe di Balikpapan)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Mulawarman.
<https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/download/354/282/>
- Putri, A. N. (2023), *Strategi brand activation dalam membangun brand awareness*

coffee shop. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri
Surabaya.

[https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/72774/52
262](https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/72774/52262)

Maulana, A. P . (2019). Konsep dan Proses Komunikasi. IAIN Bangka Belitung.

[https://repository.iainsasbabel.ac.id/id/eprint/305/3/BAB%20II_1922050.p
df](https://repository.iainsasbabel.ac.id/id/eprint/305/3/BAB%20II_1922050.pdf)

Maulana, A. P. (2020). Bentuk dan Fungsi Komunikasi Universitas Komputer \
Indonesia.

[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/9540/8/UNIKOM_ANNISA%20PE
BRIANTI%20MAULANA_BAB%20II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/9540/8/UNIKOM_ANNISA%20PEBRIANTI%20MAULANA_BAB%20II.pdf)

Nickols, f. (2016). *Strategy: Definitions and Meanings*.

https://www.nickols.us/strategy_forms.htm

Gramedia. (2023). Pengertian strategi

<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/>

MarkPlus Institute. (2023). Brand Activation: Definisi dan manfaat.

<https://markplusinstitute.com/explore/brand-activation-definisi-manfaat/>

Cmlabs. (2023). Brand activation adalah.

<https://cmlabs.co/id-id/seo-guidelines/brand-activation-adalah>