

DAFTAR REFERENSI

- Aini, A. (2023, August 28). *Promosi: Pengertian, manfaat, fungsi, tujuan, dan strateginya*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/promosi-adalah/>
- Anwar, R. R., & T, R. A. (2021, October 1). Pengaruh advertising dan special event terhadap peningkatan brand awareness. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(3), 796-808. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1401>
- Arviana, G. N. (2021, May 4). *Pahami apa itu brand activation dan bagaimana manfaatnya*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/brand-activation-adalah/>
- Auliya, S. P. (n.d.). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. *Event marketing sebagai strategi peningkatan volume penjualan kayn label*, 9(2), 2-18.
- Azis, Y. A. (2023, May 10). *Studi pustaka: Pengertian, tujuan, sumber dan metode*. Deepublish Store. <https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/>
- Azizah, P. N. A., & Wiwitan, T. (2021). *Strategi brand activation dalam meningkatkan corporate branding di garis temu* (Vol. 7, Issue 2). <http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.28719>
- Cinthya. (2023, November 23). *Strategi pemasaran 4P: Pengertian, Penerapan dan Contohnya*. Accurate. <https://accurate.id/marketing-manajemen/strategi-pemasaran-4p/>
- Didy, I. (2021, October 4). *Event Marketing adalah kunci pengenalan produk*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/event-marketing-adalah/>
- DQLab. (2022, August 23). *Mengenal komponen teknik analisis data deskriptif kualitatif*. <https://dqlab.id/mengenal-komponen-teknik-analisis-data-deskriptif-kualitatif>
- Eugene, R. [@ralpheugene15]. (2023, November 10). *Ada yang terang tapi bukan masa depan gue sama dia, mau punya rumah masa depan dengan penerangan wah tapi hemat energi tentunya pakai #PhilipsLED* [Photograph] Instagram. https://www.instagram.com/reel/CzdtUUjLDI9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- Fajri, A. (2018, October). Repository Universitas Brawijaya. *Pengaruh brand activation terhadap keputusan pembelian Miniso di Kota Malang*.
- Gischa, S. (2019, December 26). *Thomas Alva Edison, si penemu lampu*. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/26/165514069/thomas-alva-edison-si-penemu-lampu?page=all>
- Gramedia Blog. (n.d.). *Penelitian kualitatif: Pengertian, ciri-ciri, tujuan, jenis, dan prosedurnya*. <https://www.gramedia.com/literasi/penelitian-kualitatif/>

- Haq, A. (2016). *Strategi brand activation SPECS dalam mewujudkan brand awareness*.
- Hidayat, R. (2015, April 1). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian lampu Philips (Studi kasus pada mahasiswa Telkom University). *Ecodemica*, 3(1), 305-310. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/57/38>
- Hira, A. (2024, January 5). *Apa yang dimaksud dengan customer segmentation?* Markplus Institute. <https://contenthub.markplusinstitute.com/apa-itu-customer-segmentation/>
- Kurnia, F. (2023, February 13). *Analisis data: Definisi, jenis, model, sampai prosedurnya*. DailySocial. <https://dailysocial.id/post/analisis-data>
- Lubis, B., & Mulianingsih, S. (2019, February). Jurnal Registratie. *Keterkaitan bonus demografi dengan teori generasi*, 1(1), 21-36.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Jurnal Teknik Industri. *Jurnal hasil penelitian dan karya ilmiah dalam bidang teknik industri*, 5(2), 79-86.
- Maulina, R. (2019, October 16). *Memahami istilah Integrated Marketing Communication*. Mekari. <https://www.jurnal.id/id/blog/integrated-marketing-communication/>
- MyIndibiz. (2023, November 12). *Simak cara menjalankan bisnis menggunakan strategi marketing mix 7P*. <https://myindibiz.co.id/artikel/simak-cara-menjalankan-bisnis-menggunakan-strategi-marketing-mix-7p>
- Nathania, R. (2023, April 25). *16 Strategi pemasaran terbaik yang dapat dimanfaatkan oleh marketer*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/strategi-pemasaran-untuk-bisnis-perusahaan/>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen* (A. Jibril, Ed.; 1st ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Pasla, B. N. (2023, April 22). *Marketing mix 7P: Konsep berikut contoh penerapannya*. BAMS. <https://pasla.jambiprov.go.id/marketing-mix-7p-konsep-berikut-contoh-penerapannya/>
- Perpustakaan UNHAN RI. (2024, January 15). *Menjadikan generasi Z memiliki peran penting untuk menuju Indonesia emas 2045*. <https://lib.idu.ac.id/2024/01/15/menjadikan-generasi-z-memiliki-peran-penting-untuk-menusju-indonesia-emas-2045/>
- Populix. (n.d.). *Wawancara: Pengertian, jenis, fungsi, tahap, dan tips*. <https://info.populix.co/articles/wawancara-adalah/>

- Populix. (2023). *Segmentasi pasar: Pengertian, jenis, tujuan dan contohnya*.
<https://info.populix.co/articles/segmentasi-pasar/>
- Prameswari, A. S. (2019). Repository Universitas Bakrie. *Strategi brand activation untuk meningkatkan brand awareness (Studi kasus event dextone goes to school di sekolah dasar negeri 13 Jakarta Utara)*.
- Putra, A. (2023, October 29). *Terangi ajang Pesta Warga bapak2id, Philips usung inovasi pencahayaan hemat energi*. Realestat.id.
<https://realestat.id/berita-properti/terangi-ajang-pesta-warga-bapak2id-philips-usung-inovasi-pencahayaan-hemat-energi/>
- Rezkie, S. M. (2021, September 8). *Kenali 4 perbedaan data sekunder dan data primer saat melakukan penelitian*. DQLab.
<https://dqlab.id/kenali-4-perbedaan-data-sekunder-dan-data-primer-saat-melakukan-penelitian>
- Rosalina, S., & Subagio, H. (2016). Analisa pengaruh product image terhadap purchase intention dengan trust sebagai variabel intervening pada BLESSCON PT. SUPERIOR PRIMA SUKSES. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 1(1), 1-11.
<https://media.neliti.com/media/publications/132290-ID-none.pdf>
- Rosyda. (n.d.). *Teori perilaku konsumen: Pengertian, faktor dan aplikasi dalam bisnis*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-perilaku-konsumen/>
- Sitorus, S. A. (2022). Pendahuluan dan konsep dasar merek (A. Sudirman, Ed.). In *Brand Marketing: The Art of Branding* (p. 2). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Subandi. (2011, December). Harrmonia. *Deskripsi kualitatif sebagai satu metode dalam Penelitian Pertunjukan*, 11(2).
- Sundawati, N. M. (2018). *Penggunaan media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan hasil belajar dan motivasi siswa kelas XI pada materi sel*.
<https://repository.unpas.ac.id/40202/5/8.%20BAB%20II.pdf>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021, December). *Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers*, 5(2), 118-133. <https://doi.org/10.34010/common>
- Universitas Komputer Indonesia. (n.d.). *Bauran pemasaran 4P, 8P & 9P*.
<https://kuliahonline.unikom.ac.id/?go=listmateri/&dl=file&kid=NzIzMA==&matid=3830>

- Wardhana, S.E., M.M., M.Si, D. (. A. (2022). Brand image dan brand awareness. In *Brand Marketing: The Art of Branding* (p. 111). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Watono, A. A. (2011). *IMC, integrated marketing communication that sells: bring your brand to the top with Indonesian style communication*. Gramedia Pustaka Utama.