

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Ashoer, M., Tjiptadi, D. D., Hendra, Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran. In *Yayasan Kita Menulis* (Nomor April).
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising & Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective, Eleventh Edition*. McGraw-Hill Education.
- Bungin, M. B. (2009). *Penelitian Kualitatif. Cetakan ke 3*. Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Undip.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT. Inkubator Penulis Indonesia.
- Hardjana, A. (2019). *Komunikasi Organisasi: Strategi Interaksi dan Kepemimpinan*. Rajawali Pers.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth)*. Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Huan, H. Den. (2017). *Marketing for competitiveness : Asia To The World*. World Scientific Publishing.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 : Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management : Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenada Media Group.
- Morel, P., Preisler, P., & Nystrom, A. (2002). *Brand Activation*. Starsky.
- Nyssens, M. (2006). *Social Enterprise*. Routledge.
- Percy, L. (2008). *Strategic Integrated Marketing Communication: Theory and Practice*. Elsevier.
- Shim, T. A. (2003). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.

Shimp, T. A. (n.d.). *Advertising, Promotion, and Other Aspect of Integrated Marketing Communications* (7th ed.). Thomson Higher Education.

Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Graha Ilmu.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm* (Seventh Ed). McGraw-Hill Education.

Jurnal

Attri, R. (2013). *Brand Activation: The Mantra for Success in Times to Come*. 1-9.

Gunawardane, Nisal, T. D. (2020). Brand Activation in Driving Customer Engagement: Theoretical and Practice. *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT*, 8(5), 69–73.

Hollebeek, L. D., & Chen, T. (2014). Exploring positively- versus negatively-valenced brand engagement: A conceptual model. *Journal of Product and Brand Management*, 23(1), 62–74. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2013-0332>

Indahingwati, A., & Pains. (2020). Pengaruh Iklan, Brand Activation, Dan Promosi Penjualan Terhadap Brand Awareness Susu Zee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.

Khan, I., Hollebeek, L. D., Fatma, M., Islam, J. U., & Rahman, Z. (2020). Brand engagement and experience in online services. *Journal of Services Marketing*, 34(2), 163–175. <https://doi.org/10.1108/JSM-03-2019-0106>

Saeed, R., Zameer, H., & Ahmad, I. (2015). Brand Activation: A Theoretical Perspective. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 13, 94–99. <https://doi.org/doi:10.1107/S010827019500919X>

Wiberg, A. (2018). Seeking loyalty on social media. *Degree project in Marketing, the Business administration and Economics program*. Term VT18.

Skripsi

Apriani, S. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Palembang dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Kain Songket Pipit Songket Palembang*. UIN Raden Fatah.

Fajri, A. (2018). *Pengaruh Brand Activation Terhadap Keputusan Pembelian Miniso di Kota Malang*. Universitas Brawijaya.

Internet

A, P. (2021, November 9). *Perkuat Kolaborasi Berbagai Sektor, SDGs Center UNAND dan Pemrov Sumbar Gelar Forum SDGs Sumbar 2021*. <https://infosumbar.net/berita/berita-sumbar/perkuat-kolaborasi-berbagai-sektor-sdgs-center-unand-dan-pemprov-sumbar-gelar-forum-sdgs-sumbar-2021/>

AIESEC. (2022a). *About Us*. <https://aiesec.or.id/about-aiesec/>

AIESEC. (2022b). *Volunteer With AIESEC, Make an Impact*. <https://aiesec.org/global-volunteer>

Kementrian PPN/Bappenas. (2022). *Sekilas SDGs*. <https://sdgs.bappenas.go.id/sekilas-sdgs>

Yulianti, E. (2020, Februari). *Minang Paradise Booklet*. https://issuu.com/evi.yulianti/docs/minang_paradise_booklet

