

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta
- Adiningsih, A.P. 2020. *Preferensi Mahasiswa Terhadap Pembelian Ayam Geprek Melalui Ojek Online pada Kondisi Pandemi COVID-19 di Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Alsa, Asmadi. 2004. *Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahri, Syaiful. 2018. *Metode Penelitian Bisnis – Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI: Yogyakarta
- Brakus, J. J., Schmitt, B., dan Zarantonello, L. 2009. Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? dalam *Journal of Marketing*, 73 (3), 52-6.
- Chen, A., & Ma, C. 2018. The Impact of brand experience on customer equity. Retrieved from nedsi: <http://www.nedsi.org/proc/2011/proc/p101209003>
- Dissanayake, D. 2015. Factors Determine the Customer-Celebrity Relationship towards dalam *Sri Lanka Journal of Marketing*
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fauziah, Ismawati; Arifin, Rois; dan Rahman, Fathurrozi. 2017. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Dimediasi Oleh Perceived Quality dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Sepatu Merek Converse Kota Malang) dalam *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2014. *Ekonometrika Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan IBM SPSS 22. 10th*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. 2012. *Dasar-dasar Ekonometrika*, Terjemahan Mangunsong, R.C., Salemba Empat, buku 2, Edisi 5, Jakarta
- Irianto, Agus. 2015. *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya)*. Jakarta: Kencana.
- Iweama, V. O, Ph.D; Iweka, A. N, Ph.D; dan Alfa Henson. 2018. Effects of Online Advertising on Consumer Buying Behaviour Study of Nigeria Police Academy Cadets dalam *Polac International Journal of Economics and Management Science, Vol 4*.
- Johnson, C. 2008. Event Marketing or Product Sampling? dalam *Journal of Consumer Marketing*, 25(5), 269–271. <https://doi/full/10.1108/07363760810890499>
- Katadata. 2020. Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Terus Meningkat selama 5 Tahun Terakhir. Tersedia di <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopi->

- domestik-di-indonesia-terus-meningkat-selama-5-tahun-terakhir> Diakses pada 28 Agustus 2022 pukul 19.26 WIB
- Keller, K. Lehman. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Prentice Hall: New Jersey
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2013. *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Krishna, A. 2012. An Integrative Review of Sensory Marketing: Engaging the Senses to Affect Perception, Judgement and Behavior dalam *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), pp.332–51.
- Lee, H. J., & Kang, M. S. 2012. The Effect of Brand Experience on Brand Relationship Quality dalam *Academy of Marketing Studies Journal*.
- Liembawati, Y., Dharmayanti, D. S., Karina, R., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. 2014. Analysis of Effect of Brand Activation of Formation of Brand Community dalam *Petra Marketing Management Journal*.
- Lwanga, S. K dan Lemeshow, S. 1991. *Sample Size Determination in Health Studies*. Geneva: World Health Organization
- Morel, P., Preisler, P., dan Nyström, A. 2002. *Brand Activation*. Starsky Insight.
- Notoadmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. RINEKA CIPTA.
- Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saeed, Rashid; Zameer, Hashim; Tufail, Sajid; da Ahmad Iftikhar. 2015. Brand Activation: A Theoretical Perspective dalam *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol 13.
- Sammut-Bonnici, Tanya. 2015. Brand and Branding dalam *Journal of Strategic Management*, Vol 12. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120161>
- Soetanto, Jeffrey 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial di Semarang*. Another thesis, Unika Soegijapranata Semarang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukendro, G. G., Pandrianto, N., Oktavianti, R. & Sari, W. P. 2022. *Komunikasi Anak Muda untuk Perubahan Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sukmana, D. F dan Japariato, Edwin. 2017. Pengaruh *Personal Selling* dan *Brand Activation* Terhadap *Purchase Intention* Konsumen Pada Produk Santan Bubuk Sasa Pt Sasa Inti di Surabaya dalam *Jurnal Strategi Pemasaran*
- Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta Erlangga
- Winarno. 2013. *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press
- Zuriah, Nurul. 2007. *Pendidikan Moral dan Budi Pekerti dalam Perspektif Perubahan Mengagas Platform Pendidikan Budi Pekerti Secara Kontekstual dan Futuristik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Zourikalatehsamad, N; Payambarpour, S. A; Alwashali, I; dan Abdolkarimi, Z.
2015. The Impact of Online Advertising on Consumer Purchase Behaviour
Based on Malaysian Organization dalam *World Academy of Science,
Engineering and Technology International Journal of Economics and
Management Engineering*, Vol 10, No 10.