UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Aktivasi Komunitas Skin Warrior sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran Jenama Skin Game
NABILA SHEVA MALDINI, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Algesheimer, R., Dholakia, U. M., dan Herrmann, A. (2005). The social influence of brand community: Evidence from European car clubs. *Journal of Marketing, 69*(3), 19–34. DOI : https://doi.org/10.1509/jmkg.69.3.19.66363

Badrani, Nadila, A. (2023). Pengaruh customer engagement terhadap loyalitas merek pada pengguna Shopee. Tersedia dari Repository USU.

Bansal, R. dan Chaudary, K. (2016). Customer engagement - A literature review. *An International Indexed Online Journal Online Research Journal*, 2(1), 15-20. Diakses dari https://www.researchgate.net/profile/Rohit-Bansal-9/publication/318224473_CUSTOMER_ENGAGEMENT_-_A_LITERATURE_REVIEW/links/5e6db5bf299bf12e23c74f9b/CUSTOMER-ENGAGEMENT-A-LITERATURE-REVIEW.pdf

Basalamah, F. M. (2010). Pengaruh komunitas merek terhadap wod of mouth. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(1), 79-89. DOI: 10.20476/jbb.v17i1.629

Belch, G. E. dan Belch, M. A. (2017). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (11th ed.). Ohio: McGraw-Hill Education

Bogdan dan Taylor. (1975). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remadja Karya

Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., dan Ilic, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 17(3), 1-20. DOI: https://doi.org/10.1177/1094670511411703

Brodie, R. J., Juric, B., Ilic, A., Hollebeek, L. D. (2013). Consumer engagement in a virtual brand community: An explanatory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105-114. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.029

Bungin, M. B. (2013) Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup

Cangara, H. (2011). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Clow, K. E. dan Baack, D. (2018). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications (8th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Cova, B. dan Pace, S. (2006). Brand community of convenience products: new forms of customer empowerement - the case “my Nutella the community”. *European Journal of Marketing*, 40, 9-10. DOI: https://doi.org/10.1108/03090560610681023

Aktivasi Komunitas Skin Warrior sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran Jenama Skin Game
NABILA SHEVA MALDINI, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Dessart, L., Veloutsou, C., dan Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer engagement in online brand communities: A social media perspective. *Journal of Product dan Brand Management*, 24(1), 28-42. DOI: https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2014-0635

Direktorat Pengawasan Kosmetik. (2025). *Laporan tahunan Direktorat Pengawasan Kosmetik tahun 2024*. Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. https://www.pom.go.id/storage/sakip/Laporan%20Tahunan%20Direktorat%20Pengawasan%20Kosmetik%20Tahun%202024.pdf

Euromonitor International. (2023). Skincare In Indonesia. Diakses 06 November 2025, dari https://www.euromonitor.com/skin-care-in-indonesia/report

Ferrinadewi, E. (2008) Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Fill, C. dan Turnbull, S. (2016). Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations (7th ed). Harlow: Pearson Education Limited.

Fitrulloh. (2012). Peran brand community pada komunitas pengguna Honda Nova Sonic Jakarta. Tersedia dari Universitas Indonesia Library

Grönroos, C. (1994) From marketing mix to relationship marketing: Towards a paradigm shift in marketing. *Management Decision*, 32, 4-20. DOI : https://doi.org/10.1108/00251749410054774

Hasibuan, L. (2022, November 04). Industri kecantikan tahan krisis, laris manis meski pandemi. *CNBC Indonesia*. Diakses dari https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi

Harmeling, C., Moffett, J., Arnold, M., dan Carlson, B. D. (2016). Toward a theory of customer engagement marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science,* 45(3), 312-335. DOI: https://doi.org/10.1007/s11747-016-0509-2

Hikmah, N. R. (2017). Hubungan relationship marketing, customer satisfaction dan customer loyalty. *Jurnal Kompetensi,* 11(2), 197-209. DOI : https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3531

Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty Nexus. *Journal of Marketing Management,* 27(7-8), 785-807. DOI : https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500132?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26utm_medium%3Darticle

Aktivasi Komunitas Skin Warrior sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran Jenama Skin Game
NABILA SHEVA MALDINI, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Jaakkola, E. dan Alexander, M. (2014). The role of customer engagement behavior in value co-creation: A service system perspective. *Journal of Service Research*, 17(3), 247-261. DOI: https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/1094670514529187

Julianti, I. dan Delliana, S. (2020). Rebel together sebagai strategi komunikasi pemasaran digital Madformakeup di tengah pandemi COVID-19. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi,* 4(2), 207-228. DOI: 10.15575/cjik.v4i2.9686

Kartajaya, H. dan Darwin, W. (2010). Connect!: Surfing New Wave Marketing. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Keshena, D. A. (2023). Brand community Looke Cosmetic untuk meningkatkan loyalitas konsumen (Studi kasus pada komunitas Looke University). Tersedia dari Repository UPN "Veteran" Yogyakarta.

Kitchen, P. J. dan Burgmann, I. (2010). Integrated marketing communication in Wiley International Encyclopedia of Marketing.

Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). Principles of Marketing (12th ed). London: Pearson Education Limited.

Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). Principles of Marketing (15th ed). New York: Pearson Publishing. DOI : https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem04001.

Kotler, P. dan Keller, K., (2009). *Marketing management. 12th ed.* Prentice Hall.

Permana, E., Furdaus, S. N. I., dan Pratama, A. P. (2025). Strategi community marketing dalam membangun brand loyalty Somethinc di tiktok shop. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia,* 3(3), 18-30. DOI : https://doi.org/10.61132/jepi.v3i4

Pratama, A. (Host) (2024, July 05). Begini cara menghindari persaingan harga antar brand lokal ft. Michella Ham | Theory #37 [Episode Podcast Video]. Dalam *Diary Rintisan by Finfolk*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=z6M-fp1qcvM

Kusumaningrum, R. A., Nur, I., Nurhidayanti, dan Galib, M. (2025). Peran komunitas online dalam membentuk loyalitas merek: Sebuah analisis tematik interaksi konsumen di media sosial. *RIGGS Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3472-3478. DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1043

Larasati, N. L. S. A. D. dan Handayani, W. (2025). Penguatan citra brand kosmetik lokal dalam menjangkau konsumen muda secara digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(2), 481-493. DOI: https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i2.2629

Laroche, M., Habibi, M. R., dan Richard, M. O. (2013). To be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media?. *International Journal of Information Management,* 33(1), 76-82. DOI : https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.07.003

Aktivasi Komunitas Skin Warrior sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran Jenama Skin Game
NABILA SHEVA MALDINI, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lincoln and Guba. (1985). Qualitative Research. Singapore. Singapore: Mc. Graw Hill Book Co.

Marketin | The Agile Marketer's Hub. (2025, Nov 28). Skin game dan emphati-based marketing: Beneran atau demi cuan? | Marketin talks with Michella Ham [Episode Podcast Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=jbcSUkSjlIo

Marta, R. F. dan William, D. M. W. M. (2016). Studi terpaan media pemasaran melalui posting Instagram terhadap ekuitas merek pelanggan Sumoboo! *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 68-82. DOI: https://doi.org/10.24912/jk.v8i1.50.

McAlexander, J. H., Schouten, J. dan Koenig, H. F. (2002). Building brand community. *Journal of Marketing,* 66(1), 38-54. DOI : https://doi.org/10.1509/jmkg.66.1.38.18451

Miles, M.B dan Huberman A.M. (1984) Analisis Data Kualitatif. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Moleong, L. J. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Morgan, R. M. dan Hunt, S. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38. DOI : https://doi.org/10.1177/002224299405800302

Mulyana, D. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Muniz, A. M., Jr. dan O'Guinn T. C. (2001). Brand community. *Journal of Consumer*

Nielsen. (2022). 2022 Annual Marketing Report. Diakses 06 November 2025, dari https://www.nielsen.com/insights/2023/need-for-consistent-measurement-2023-nielsen-annual-marketing-report/?utm_source=pressdanutm_medium=affiliatesdanutm_campaign=report-annual-marketing_other_globaldanutm_content=cross-promotion__2022

Oktaviani, T. S. dan Raharjo, S. T. (2024). Analisis model bisnis untuk brand skincare dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing konteks ekonomi islam (Studi pada brand Lamooi Beautycare). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1174–1184. DOI : https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.8640

Pawito. (2007). Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta

Pedeliento, G., Andreini, D., dan Veloutsou, C. (2020). Brand community integration, participation and commitment: A comparison between consumer-run and

Aktivasi Komunitas Skin Warrior sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran Jenama Skin Game
NABILA SHEVA MALDINI, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

company-managed communities. *Journal of Business Research,* 119(3), 481-494. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.069

Rahayu, A. Y. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi customer engagement dan dampaknya terhadap perilaku loyalitas pada social commerce. Tersedia dari DSpace Repository UII.

Rahmawati, E. dan Sanaji (2015). Pengaruh customer engagement terhadap kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek serta dampaknya pada loyalitas merek. *Journal of Research in Economic and Management,* 15(2), 246-261. DOI: 10.17970/jrem.15.150204.ID

Ruby, F. dan Pratomo, A. (2024, February 09). Lunch #149 - Privileged aja bisa bangkrut with Michella Skingame [Episode Podcast Video]. Dalam *Home Of The Underdogs.* YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=0GUMk9MQ--o

Rosenbaum, M. S., Ostrom, A. L, dan Kuntze, R. (2005). Loyalty programs and a sense of community. *Journal of Services Marketing,* 19(4), 222-233. DOI: https://doi.org/10.1108/08876040510605253

Sari, Y. N. (2023). Partisipasi anggota brand community dalam meningkatkan brand awareness (Studi kasus pada RUBI Community by Avoskin). Tersedia dari ETD Repository UGM

Schau, H. P., Muniz, A. M. Jr., Arnould, E., dan Arnould J. (2009). How brand community practices create value. *Journal of Marketing*, 73(5), 30-51. DOI : https://doi.org/10.1509/jmkg.73.5.30

Schouten, J. W. dan McAlexander J. H. (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 43-61. DOI: https://doi.org/10.1086/209434

Schultz, D.E., Tannenbaum, S. dan Lauterborn, R. (1993). The New Marketing Paradigm: Integrated Marketing Communications. Illinois: NTC Business Books.

Setiadi, N. J. (2003). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana

Shimp, T. A. (2000). Advertising promotion. Supplemental aspects of integrated marketing communications (5th ed). San Diego, Harcourt College Publishers

Shimp, T. A. (2000). Advertising promotion. Supplemental aspects of integrated marketing communications (7th ed). Ohio: Thomson Southwestern

Aktivasi Komunitas Skin Warrior sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran Jenama Skin Game
NABILA SHEVA MALDINI, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Situmorang, J. R. (2017). Pemasaran relung (niche marketing) sebagai strategi membidik pasar yang lebih kecil. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar,* 13(2), 161-170. DOI : 10.26593/jab.v13i2.3502.%p

Skin Game. (n.d.). *About*. https://skingameofficial.com/pages/about-us

Skin Game. (2023, 14 May). Skin game merayakan kelulusan melawan jerawat melalui ijazah billboard.. https://skingameofficial.com/blogs/news/skin-game-merayakan-kelulusan-melawan-jerawat-melalui-ijazah-billboard

Sugiyono S. dan Lestari P. (2021) Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sukoco, B. M. dan Wu, W. Y. (2010). The personal and social motivation of customers participation in brand community. *African Journal of Business Management*, 4(5), 614-622. Diakses dari https://www.globalscienceresearchjournals.org/articles/the-personal-and-social-motivation-of-customers-participation-in-brand-community.pdf

Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2016). Servive, quality dan satisfaction (4th ed). Yogyakarta, ANDI Publishers

Vivek, S. D., Beatty, S., dan Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: Exploring customer relationships beyond purchase. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 127-145. DOI: https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200201

Yin, R. K. (2014). Studi Kasus, Desain dan Metode (Edisi Revisi). Jakarta: Rajawali Pers

Yin R. K. (2003) Studi Kasus, Desain, dan Metode. Jakarta: PT Grafindo Persada.

https://skingameofficial.com/

https://www.instagram.com/skingameofficial/

https://www.instagram.com/skingamewarrior/

https://www.x.com/skingameofficial/