UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Brand Activation 3 (Tri) (Studi Deskriptif \"3030 Show\" sebagai Program Integrated Marketing Communication PT Hutchison 3 Indonesia dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness)
NOVITA AMALIA ANGGRAENI, Dr. Muhamad Sulhan, S.IP, M.Si ; Lidwina Mutia Sadasri, S.IP, MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Admin. 2006. *Meningkatkan Pendapatan Melalui Costumer Insight*. http://swa.co.id/listed-articles/meningkatkan-pendapatan-melalui-customer-insight diakses tanggal 1 April 2015

Admin. 2010*. Tri Fokus Perluasan Jaringan untuk Genjot Pelanggan*. http://www.merdeka.com/tekno/tri-fokus-perluasan-jaringan-untuk-genjot-pelanggan.html diakses tanggal 18 September 2015

Admin. 2011. Banyak Cara Mendongkrak Awareness. http://www.marketing.co.id/banyak-cara-mendongkrak-awareness/ diakses tanggal 26 Maret 2015

Admin. 2011. *Tri Perluas Cakupan Layanan Data ke Lebih Dari 100 Negara Tawarkan Tarif Ekonomis Roaming BB & GPRS*. http://tri.co.id/mediacentre/tri-perluas-cakupan-layanan-data-ke-lebih-dari-100-negara-tawarkan-tarif-ekonomis diakses tanggal 18 September 2015

Admin. 2013. *Distribusi Baru Retailer Tersenyum*. http://selular.id/insight/2013/08/distribusi-baru-retailer-tersenyum/ diakses tanggal 20 September 2015

Admin. 2013*. Operator Tri Ganti Nama Jadi Hutchison 3 Indonesia*. http://tekno.liputan6.com/read/557793/operator-tri-ganti-nama-jadi-hutchison-3-indonesia diakses tanggal 20 September 2015

Admin. 2014*. Tri Gelar Uji Coba LTE di Frekuensi 1800 Mhz*. http://tri.co.id/mediacentre/tri-gelar-uji-coba-lte-di-frekuensi-1800-mhz diakses tanggan 20 September 2015

Admin. 2016. *Apa itu 4G LTE, Jaringan Internet LTE*. http://www.teknokita.com/apa-itu-4g-lte/ diakses pada 19 Januari 2016.

Amin, Shehzad. n.d. *Brand Activation Model* (Makalah). http://www.macromanagementsystems.net/DSA%20Brand%20Activation%20Model%20-%20How%20to%20measure%20your%20activation%20performance.pdfdiakses tanggal 19

Andreani, Fransisca. 2007. *Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2 No.1.*

Arianti, Defanie. 2011. *Tri Incar Posisi 4 Besar Pasar Telko Indonesia*. http://techno.okezone.com/read/2011/02/23/54/427989/tri-incar-posisi-4-besar-pasar-telko-indonesia diakses tanggal 18 September 2015

Arifin, Bustanul (ed). 2007. Bisnis & Ekonomi Politik Quarterly Review of the Indonesian Economy Vol. 8 Nomor 4. Jakarta: Institute for Development of Economics and Finance.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Brand Activation 3 (Tri) (Studi Deskriptif \"3030 Show\" sebagai Program Integrated Marketing Communication PT Hutchison 3 Indonesia dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness)
NOVITA AMALIA ANGGRAENI, Dr. Muhamad Sulhan, S.IP, M.Si ; Lidwina Mutia Sadasri, S.IP, MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Arradian, Danang. 2014. *Strategi Tri Dibalik 3030 Show*. http://www.koran-sindo.com/read/916806/152/strategi-tri-dibalik-3030-show diakses tanggal 21 November 2014

Aruman, Edhy. 2014. *5 Revolusi Pengubah Model Manajemen Merek*. http://mix.co.id/headline/5-revolusi-pengubah-model-manajemen-merek/ diakses tanggal 27 Maret 2015

_____. 2014. *Babak Baru Persaingan Bisnis Provider Seluler*. http://mix.co.id/corporate-news/babak-baru-persaingan-bisnis-provider-seluler/ diakses tanggal 18 Maret 2015

_____. 2014. *Berpikir Out of the Box dalam Penentuan Target Komunikasi*. http://mix.co.id/headline/berpikir-box-dalam-penentuan-target-komunikasi/ diakses tanggal 26 Maret 2015

_____. 2014. *Brand Activation Dulu dan Sekarang*. http://mix.co.id/headline/*brand*-activation-dulu-dan-sekarang/ diakses tanggal 27 Maret 2015

_____. 2014. *Brand Activation, Bukan Hanya Experiential Marketing*. http://mix.co.id/headline/*brand*-activation-bukan-hanya-experiential-marketing/ diakses tanggal 27 Maret 2015

_____. 2014. *The New Supercompetitors*. http://mix.co.id/headline/new-supercompetitors/ diakses tanggal 25 Maret 2015

_____. 2014. *The New Influencer Marketing*. http://mix.co.id/headline/new-influencer-marketing/ diakses tanggal 25 Maret 2015

_____. 2015. *Mengapa Consumer Insight Semakin Penting?*. http://mix.co.id/headline/mengapa-consumer-insight-semakin-penting diakses tanggal 30 Maret 2015

Aziz, Azwar. 2015. *Strategi Persaingan Operator Telekomunikasi Seluler*. Buletin Pos dan Telekomunikasi Vol 13.

Banirestu, Herning. 2014. Telkomsel Makin Intens Menggarap Broadband dan Digital Business.http://swa.co.id/business-strategy/telkomsel-makin-intens-menggarap-broadband-dan-digital-businessdiakses tanggal 1 Mei 2015

Belch, George E. & Michael E. Belch. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective (6th Edition)*. Boston: McGraw-Hill.

Brandbase. n.d. *Theory: What is Brandactivation?*. http://www.brandactivation.nl/blog/en/theory diakses tanggal 2 Juli 2015.

Cahyafitri, Raras. 2013. *RI tycoons acquire 35% stake in PT Hutchison*. http://www.thejakartapost.com/news/2013/02/23/ri-tycoons-acquire-35-stake-pt-hutchison.html diakses tanggal 20 September 2015

Candratama, Muhammad. 2008. *20% BTS Operator 3 adalah Sharing Tower*. http://techno.okezone.com/read/2008/08/11/54/135837/20-bts-operator-3-adalah-sharing-tower diakses tanggal 18 September 2015

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Brand Activation 3 (Tri) (Studi Deskriptif \"3030 Show\" sebagai Program Integrated Marketing Communication PT Hutchison 3 Indonesia dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness)
NOVITA AMALIA ANGGRAENI, Dr. Muhamad Sulhan, S.IP, M.Si ; Lidwina Mutia Sadasri, S.IP, MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Cannon, Joseph P., et.al. 2008. *Basic Marketing, A Global-Managerial Approach*. New York: McGraw Hill.

CBN. 2003. *Cyber Access Pemenang Tender 3G*. http://portal.cbn.net.id/cbprtl/Cybernews/detail.aspx?x=Economy&y=Cybernews|0|0|3|7738 diakses pada 16 September 2015

Darmawan, Indra & Muhammad Chandrataruna. 2009. *Three Ekspansi ke Balikpapan*. http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/72425-akses_facebook_via_sms_bagi_pelanggan_3

Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Lie Joko Budiman. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Dwijatmiko, Andika. 2014. *The Importance of Visual Merchandising for Small Retail Business*. http://www.slideshare.net/andikadwijatmiko/journalist-class-m-150 diakses tanggal 5 Juli 2015

Eugenia, Intan. 2015. *Unlocking Insight of Brand Awareness Analysis*. www.frontier.co.id/unlocking-insight-of-brand-awareness-analysis.html diakses pada 21 Juni 2015

Fard, Reza Safarinejad, et.al. 2013. *Some Aspect of Integrated Marketing Communication in Building Brand Equity*. Jurnal Teknologi (Social Sciences) 64:2 (2013).

Furchan, A. 2004 *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Fortune Indonesia. 2013. *Meningkatkan Profit Melalui Consumer Insight*. http://fortuneindo.com/read/blog/meningkatkan-profit-melalui-consumer-insight/diakses tanggal 1 April 2015

Gulo, W. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. *Grasindo*

Gusti. 2014. *Menkominfo: 270 Juta Pengguna Ponsel di Indonesia*.http://www.ugm.ac.id/id/berita/8776-menkominfo:.270.juta.pengguna.ponsel.di.indonesia diakses pada 19 Januari 2016

Hawani, Klentheng. 2012. *Tantangan Berat Industri Seluler (di) Indonesia*. http://indotelcommunity.com/tantangan-berat-industri-seluler-di-indonesia.html diakses tanggal 18 Maret 2015

Hendra, Gunawan. 2013. HCPT Berubah Menjadi PT Hutchison 3 Indonesia. http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/04/10/hcpt-berubah-menjadi-pt-hutchison-3-indonesiadiakses tanggal 2 Mei 2015

Hendriani, Lis. 2016. *The Future of Consumer Insights*. http://mix.co.id/brand-insight/the-future-of-consumer-insights diakses tanggal 30 Maret 2016

Hermansah. 2011. *Persaingan Operator Telekomunikasi Makin Ketat*. http://economy.okezone.com/read/2011/03/28/320/439452/persaingan-operator-telekomunikasi-makin-ketat diakses pada 19 Januari 2016

Hindarto, Stefanus Yugo. 2009. *3 Manjakan Pelanggan Dengan Konten Eksklusif MU*. http://techno.okezone.com/read/2009/06/08/54/227285/3-manjakan-pelanggan-dengan-konten-eksklusif-mu diakses tanggal 18 September 2015

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Brand Activation 3 (Tri) (Studi Deskriptif \"3030 Show\" sebagai Program Integrated Marketing Communication PT Hutchison 3 Indonesia dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness)
NOVITA AMALIA ANGGRAENI, Dr. Muhamad Sulhan, S.IP, M.Si ; Lidwina Mutia Sadasri, S.IP, MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Hindarto, Stefanus Yugo. 2009. *BTS Hidrogen Tekan Biaya Operasional 30%*. http://techno.okezone.com/read/2009/11/23/54/278320/bts-hidrogen-tekan-biaya-operasional-30 diakses tanggal 18 September 2015

Indonesian Commercial Newsletter. 2011. *Perkembangan Industri Telekomunikasi Seluler di Indonesia – 2011*. http://www.datacon.co.id/Telekomunikasi-2011Industri.html diakses tanggal 19 Maret 2015

Kapferer, Jean-Noel. 2012. The New Strategic *Brand Management* : Advanced Insights and Strategic Thinking. UK : Kogan Page Limited.

Kartajaya, Hermawan, dkk. 2004. Positioning, Diferensiasi, dan *Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Keller,Kevin Lane. 1998. Strategic *Brand* Management: Building, Measuring, and Managing *Brand* Equity. New Jersey: Prentice-Hall.

_____. n.d. http://www.*brand*sand*brand*ing.co.za/building-customer-based-*brand*-equity-what-makes-a-strong-*brand*-how-do-you-build-a-strong-*brand*/ diakses tanggal 26 Maret 2015

Keller , Kevin Lane, Hans Mandalas (ed). 2012. *Apa Itu Merek? Kenapa Merek Itu Penting?(1)*. http://www.marketing.co.id/kevin-keller-apa-itu-merek-kenapa-merek-itu-penting-1/ diakses 23 Maret 2015

Kementrian Komunikasi dan Informatika RI. 2011. *Rekapitulasi Hasil Pengujian Perangkat Menurut Jenis Perangkat Tahun 2011. http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=244&iddoc=793* diakses pada 19 Januari 2016

Khairuddin, Indra. 2015. *Diam-Diam Tri Sudah Punya 50 Juta Pelanggan*. http://selular.id/news/telco/2015/04/diam-diam-tri-sudah-punya-50juta-pelanggan/ diakses tanggal 20 September 2015

Koncorojati, Cahyandaru. 2015. *Smartphone Dual SIM Lebih Diminati.* http://lifestyle.sindonews.com/read/997487/152/smartphone-dual-sim-lebih-diminati-1430799616 diakses pada 17 Februari 2015

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kumar, Ranjit. 1999. *Research Methodology : A Step-by-step Guide for Beginners*. London: Sage Publications

Lutfie, Ahmad. 2014. Wow.... Indahnya Permainan Laser '3030 Show'. http://krjogja.com/read/230208/wow-indahnya-3030-show.kr diakses tanggal 20 November 2014

Majalah Marketing 3 Februari 2011. *Top Brand Index*. Hal. 66. http://bit.ly/1MZ78Di diakses tanggal 19 Juni 2015

Maulana, Amalia E. *Consumer Insights Via Ethnography*. Jakarta: Erlangga.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Brand Activation 3 (Tri) (Studi Deskriptif \"3030 Show\" sebagai Program Integrated Marketing Communication PT Hutchison 3 Indonesia dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness)
NOVITA AMALIA ANGGRAENI, Dr. Muhamad Sulhan, S.IP, M.Si ; Lidwina Mutia Sadasri, S.IP, MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

_____. 2008. *The End of the Line:* **Mengakhiri Istilah ATL vs BTL.**http://amaliamaulana.com/popular-article/the-end-of-the-line-mengakhiri-penggunaan-istilah-atl-vs-btl/**diakses tanggal 5 Juli 2015**

Masterman, Guy & Emma H Wood. 2006. *Innovative Marketing Communications :strategies for the event industry*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Morel, Paul, Peter Preisle, Andrew Nyström. 2002. *Brand Activation (Makalah).* http://www.brandchannel.com/images/papers/starskyInsight_feb2002.pdf diakses tanggal 4 April 2015

Narendra, Pitra. 2008. *Metodologi Riset Komunikasi: Panduan Untuk Melaksanakan Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: BPPI Wilayah IV Yogyakarta dan Pusat Kajian Media dan Budaya Populer Yogyakarta.

Nawawi, Hadari. 2003. *Metode Penelitian* Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Nuansa Trademark Patent. n.d. *Apa yang dimaksud Merek*. www.patenindonesia.co.id/**merek**-2/apa-yang-dimaksud-**merek**/*diakses tanggal 23 Maret 2015*

Omeihe, Kingsley. 2013. *Integrated Marketing Communication.*https://www.academia.edu/5104253/Integrated_Marketing_Communications_The_New_Paradigm diakses tanggal 17 Maret 2015

Palupi, Dyah Hasto. 2013. *Strategi Integrasi Aktivitas Merek*. http://mix.co.id/*brand*-activation/on-ground-activation/strategi-integrasi-aktivitas-merek/ diakses tanggal 1 April 2015

_____. 2014. *Rahasia Kesuksesan Brand Activation*. http://mix.co.id/headline/rahasia-kesuksesan-brand-activation/ diakses tanggal 27 Maret 2015

Panji, Aditya. 2013. *Operator Seluler Tri Ganti Nama*. http://tekno.kompas.com/read/2013/04/10/17205480/Operator.Seluler.Tri.Ganti.Nama diakses tanggal 20 September 2015

Percy, Larry. 2008. Strategic Integrated Marketing Communcations. United Kingdom: Butterworth-Heinemann.

Pitakasari, Ajeng Ritzki. 2011. *Tri Resmi Operasikan BTS Hidrogen Terbesar di Asean*. http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/telekomunikasi/11/03/02/166951-tri-resmi-operasikan-bts-hidrogen-terbesar-di-asean diakses tanggal 18 Sptember 2015

Pitoyo, Arif. 2013. *Lewat 3030 show, Tri unjuk teknologi tinggi*. http://www.merdeka.com/teknologi/lewat-3030-show-tri-unjuk-teknologi-tinggi.html diakses tanggal 21 November 2014

PR Newswire. 2005. *Hutchison Telecom to Acquire 60% Stake In Cyber Access Indonesia*. http://www.prnewswire.com/news-releases/hutchison-telecom-to-acquire-60-stake-in-cyber-access-indonesia-66517992.html diakses pada 16 September 2015

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Brand Activation 3 (Tri) (Studi Deskriptif \"3030 Show\" sebagai Program Integrated Marketing Communication PT Hutchison 3 Indonesia dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness)
NOVITA AMALIA ANGGRAENI, Dr. Muhamad Sulhan, S.IP, M.Si ; Lidwina Mutia Sadasri, S.IP, MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PRide. 2015. *Apa yang dilakukan Provider Telekomunikasi untuk Mendapatkan Perhatian Publik?*. http://pride.co.id/2015/03/apa-yang-dilakukan-provider-telekomunikasi-untuk-mendapatkan-perhatian-publik/ diakses pada 19 Januari 2016

Prihadi, Susetyo Dwi. 2015. *Operator Tri Uji Coba 4G LTE Perdana di Banjarmasin*. http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150707092751-185-64818/operator-tri-uji-coba-4g-lte-perdana-di-banjarmasin/ diakses tanggal 20 September 2015

Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

Puspitasari, Lia. 2008. BRAND ACTIVATION DAGADU DJOKDJA (Studi Kasus Pengembangan Brand Activation Dagadu Djokdja Tahun 2005-2007). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. Tidak Dipublikasikan.

Pratiwi, Laras. 2010. PENGEMBANGAN KAMPANYE BRAND ACTIVATION MIZONE "NGAPAIN AJA SERU!" (Studi Deskriptif Pengembangan Kampanye Brand Activation Mizone "Ngapain Aja Seru!" sebagai program Integrated Marketing Communication). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. Tidak Dipublikasikan.

Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

_____. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sadewo, Bayu. 2013. *Sosialisasi Program Data, Tri Gelar '3030 Show'*. http://telsetnews.com/74574/sosialisasi-program-data-tri-gelar-3030-show/ diakses tanggal 20 November 2014

Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Saputra, Doddy. 2013. *Jadikan Karyawan sebagai Duta Merek yang Baik*. http://www.marketing.co.id/jadikan-karyawan-sebagai-duta-merek-yang-baik/ diakses tanggal 2 April 2015

Sarie. 2008. *3 Hampir Penuhi Sinyal Jaringan di Sulawesi*. http://techno.okezone.com/read/2008/11/24/54/167172/3-hampir-penuhi-sinyal-jaringan-di-sulawesi diakses pada 18 September 2015

Saeed, Rashid, et.al. 2015. *Brand Activation: A Theoritical Perspective*. Journal of Marketing and Consumer Research, An International Peer-reiewed Journal Vol 13

Schmitt, Bernard H. 1999. *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: The Free Press.

Schultz, Don E., Charles H. Patti, Philip J. Kitchen. 2011. *The Evolution of Integrated Marketing Communications: The Costumer-driven Marketplace*. New York: Routledge.

Shanklin, E. & R. Kuzma. 1992. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: PT. Pustaka Karya

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Brand Activation 3 (Tri) (Studi Deskriptif \"3030 Show\" sebagai Program Integrated Marketing Communication PT Hutchison 3 Indonesia dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness)
NOVITA AMALIA ANGGRAENI, Dr. Muhamad Sulhan, S.IP, M.Si ; Lidwina Mutia Sadasri, S.IP, MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Bahasa Indonesia, jilid 1, edisi 5. Jakarta: Erlangga.

Sisodia, Surendra & Narendra Telrandhe. 2010. *Role of Integrated Marketing Communication in Modern Indian Bussiness*. Researchers World Journal of Arts Science & Commerce Vol.1 Issue 1.

Stanton, William J.*1996*.Prinsip Pemasaran (terjemahan) Edisi 7 Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

Sugiarto, dkk. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas & Perilaku Merk*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Suhadi, Agus W. 2005**.** *Effective Branding. Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.

Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communication: Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Susanto, A.B. & Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.

Sutiono, Rudy Jusup. 2009. *Visual Merchandising Attraction Senjata Meryu yang Paling Ampuh Agar Orang Membeli Apa pun yang Anda Jual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI

Tanjung, Farid Aulia. 2014. *Merancang Komunikasi yang Tepat pada Strategi Marketing*. http://www.bglconline.com/2014/06/merancang-komunikasi-strategi-marketing/diakses tanggal 1 April 2015

The Jakarta Consulting. n.d. *Nama dan Identitas Merek*. http://www.jakartaconsulting.com/publications/articles/brand-marketing/nama-dan-identitas-merek diakses tanggal 5 April 2015

Top Brand Indonesia. n.d. *FAQ.* http://www.topbrand-award.com/faq diakses tanggal 19 Juni 2015

_____. 2013. *Top Brand Index 2013*. http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2013 diakses tanggal 18 Juni 2015

_____. 2014. *Top Brand Index 2014*. http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014 diakses tanggal 18 Juni 2015

_____. 2015. *Top Brand Index 2015*. http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015 diakses tanggal 18 Juni 2015

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Brand Activation 3 (Tri) (Studi Deskriptif \"3030 Show\" sebagai Program Integrated Marketing Communication PT Hutchison 3 Indonesia dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness)
NOVITA AMALIA ANGGRAENI, Dr. Muhamad Sulhan, S.IP, M.Si ; Lidwina Mutia Sadasri, S.IP, MA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

UK Essays. 2013. The History Of Brand Activation Marketing Essay. http://www.ukessays.com/essays/marketing/the-history-of-brand-activation-marketing-essay.php diakses pada 27 November 2015

Ustadiyanto, Riyeke & Silvia Ratna Ariani. 2002. *Strategi Serangan Internet Marketing*. Yogyakarta: ANDI.

Wallace, Steve. 2012. *Brand Activation: Bringing Brands to Life!*. http://www.brandactivation.ca/brand-actvationtrade.html.

Wiley, John. 2002. Building Brands & Believers. Terj. Salim. Jakarta: Erlangga.

Winduro, Wirid. n.d. *Pengertian Monitoring dan Evaluasi.* https://www.academia.edu/7664099/PENGERTIAN_MONITORING_DAN_EVALUASI