

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Belch, G. E. (2020). *Advertising: An Integrated marketing communications Perspective*. Sydney: McGraw-Hill Education (Australia).
- Blakeman, R. (2020). *Integrated marketing communications*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Bryant, A., & Charmaz, K. (2019). *Curent Development in Grounded Theory*. London: SAGE Publications.
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing A Practical Approach*. New York: Routledge.
- Clow, K., & Baack, D. (2021). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Global Edition*. London: Pearson.
- Hanlon, A. (2019). *Digital Marketing Strategic Planning & Integration*. California: SAGE Publications.
- Kliatchko, J. G. (2020). *Integrated marketing communications Putting the Human Person at the Core*. UK : Cambridge Scholars Publishing.
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2020). *Marketing Communications: Integrating online and offline, customer engagement, and digital technologies Seventh Edition*. London: Kogan Page.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Artikel Jurnal

- Heryana, A. (2018). Informan dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif. *Materi Pembelajaran*.
- Mustaqimah, A., Hartoyo, & Nurmalina, R. (2019). *Marketing Mix Effect Towards Customer Satisfaction And Loyalty: Case Study of Rejuve Cold-Pressed Drinks*. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5 No.3, 310-320. Dipetik March 31, 2023, dari <https://pdfs.semanticscholar.org/7091/84b2f95fd09eb23aa31c5de7c2c77047a4c5.pdf>
- Nuraini, A. Z., Putera, Y. A., Yuliandhivi, R., & Hariri, A. (2021, Juni 1). Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) oleh Puyo Silky Dessert untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *10 (1)*, 46-58. Retrieved Februari 16, 2023, from <http://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/sosioedukasi/article/view/1218>
- Pahleviannur, Muhammad Rizal; Grave, Anita De; Saputra, Dani Nur; Mardianto, D., Ns. Debby; Hafrida, Lis ; Banō, V. O. S., & Eko Edy; Mahardhani, Dr. Ardhana Januar; Amruddin, Dr; Alam, Mochamad Doddy Syahirul; Lisyā, Mutia; Ahyar, D. B. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. <https://doi.org/10.31237/osf.io/jhxuw>
- Panhwar, A. H., Ansari, S., & Shah Asif Ali. (2017). Post-positivism: an effective paradigm for social and educational research. *International Research Journal of Arts & Humanities (IRJAH)*. *International Research Journal of Arts & Humanities* , 45(45), 253–260. <https://sujooold.usindh.edu.pk/index.php/IRJAH/article/view/3371>
- Rahmawati, D. H., Rachmawati, F., & Saifuddin, W. (2021, December 6). *Green Integrated Marketing Communication Starbucks (Studi Kasus Pada Program Bring Your Own*

Tumbler). *Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur*, 4(No. 1), 15-31.
doi:<https://doi.org/10.33005/jkom.v4i1.122>

Skripsi

Cecillia, V. (2017). *Implementasi IMC (Integrated marketing communications) dalam Societal Marketing (Studi Kualitatif pada Gerakan Kampanye Anti-Bullying #RayakanNamaMu oleh Coca-Cola Company Indonesia)*. Universitas Brawijaya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Malang. Retrieved Februari 15, 2023, from <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/123103/>

Hidayat, M. F. (2018). Strategi Kampanye *Frontliner* Melalui Kegiatan *Juicetalk* Dalam Membangun *Brand Awareness* Re.Juve. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dipetik 4 30, 2023, dari <https://repository.upnvj.ac.id/2179/>

Webpage

Felise, L. (2022, Juni 15). *Saran Luna Maya Terkait Gaya Hidup Sehat, Jangan Tiba-Tiba & Mulai dari Hal Termudah*. Retrieved Maret 2, 2023, from Hypeabis.id: <https://hypeabis.id/read/13874/saran-luna-maya-terkait-gaya-hidup-sehat-jangan-tiba-tiba-mulai-dari-hal-termudah>

Fundrika, B. (2022, June 16). *Kolaborasi dengan Luna Maya dan Penyandang Autisme, Re.juve Keluarkan Produk Baru Serta Cooler Bag Special*. Retrieved Maret 2, 2023, from Suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2022/06/16/093420/kolaborasi-dengan-luna-maya-dan-penyandang-autisme-rejuve-keluarkan-produk-baru-serta-cooler-bag-special?page=all>

Bunnell, J. (2021, July 12). *How to Succeed in Collaborative Marketing*. Dipetik Maret 31, 2023, dari [customerthink.com](https://customerthink.com/how-to-succeed-in-collaborative-marketing/): <https://customerthink.com/how-to-succeed-in-collaborative-marketing/>

Lemon. (2022, December 22). *Collaborative Marketing: Bekerja Sama Menuju Kesuksesan*. Dipetik March 31, 2023, dari [lemon.co.id](https://lemon.co.id/articles/collaborative-marketing-adalah/): <https://lemon.co.id/articles/collaborative-marketing-adalah/>

Render, C. (2023, April 18). *Google Ads vs. Meta Ads: Where to Spend Your Digital Marketing Budget*. Retrieved May 28, 2023 from Medium: <https://medium.com/@RenderAnalytics/google-ads-vs-meta-ads-where-to-spend-your-digital-marketing-budget-a107f133a6f0>

Re.juve. (2022, May 21). *Yuk Adopsi Gaya Hidup Berkelanjutan Bersama Re.juve!* Retrieved Februari 28, 2023, from Re.juve: <https://www.rejuve.co.id/blog/yuk-adopi-gaya-hidup-berkelanjutan-bersama-rejuve>

Re.juve. (2023). *Our Brand Promise*. Retrieved from Re.juve.co.id: <https://www.rejuve.co.id/our-brand-promise>

Re.juve. (2022, Januari 26). *Donasi Hasil Penjualan Paket Re.juve dan Luna Maya Diberikan kepada Yayasan Drisana untuk Kampanye Kesadaran Terhadap Anak Berkebutuhan Khusus*. Retrieved from [rejuve.co.id](https://www.rejuve.co.id/blog/donasi-hasil-penjualan-paket-re-juve-dan-luna-maya-diberikan-kepada-yayasan-drisana-untuk-kampanye-kesadaran-terhadap-anak-berkebutuhan-khusus): <https://www.rejuve.co.id/blog/donasi-hasil-penjualan-paket-re-juve-dan-luna-maya-diberikan-kepada-yayasan-drisana-untuk-kampanye-kesadaran-terhadap-anak-berkebutuhan-khusus>

Re.juve. (2022, Juli 23). *Re.juve Rayakan Hari Anak Nasional, Berkolaborasi dengan Yayasan Drisana untuk Anak-Anak Berkebutuhan Khusus*. Retrieved from [rejuve.co.id](https://www.rejuve.co.id/blog/rejuve-rayakan-hari-anak-nasional-berkolaborasi-dengan-yayasan-drisana-untuk-anak-anak-berkebutuhan-khusus): <https://www.rejuve.co.id/blog/rejuve-rayakan-hari-anak-nasional-berkolaborasi-dengan-yayasan-drisana-untuk-anak-anak-berkebutuhan-khusus>

Rohmah, A. (2022, Juni 10). *Peluang Pasar: Minuman Jus*. Retrieved Maret 5, 2023, from [ukmindonesia.id](https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-minuman-jus): <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-minuman-jus>

- Sangaji, R. (2021, Februari 3). *The minuman Industry in Indonesia Market Research*. Retrieved Maret 3, 2023, from Bright Indonesia: <https://brightindonesia.net/2021/02/03/the-beverages-industry-in-indonesia/>
- Simbolon, F. P. (2017, July 3). *Brand Activation: Pengertian, Manfaat, dan Contohnya*. Retrieved Maret 3, 2023, from bbs.binus.ac.id: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/07/03/brand-activation-pengertian-manfaat-dan-contohnya/>
- Wulandari, D. (2019, April 5). *Mengukur Efektivitas Instagram sebagai Social Commerce*. Retrieved Februari 16, 2023, from MIX Marketing Communication: <https://mix.co.id/marcomm/mengukur-efektivitas-instagram-sebagai-social-commerce/>
- Yayasan Mandiri Autisma. (2022, Maret 20). *Gawat! Jumlah Anak Autis Di Indonesia Meningkat*. Retrieved from Mandiri Autisma: <https://mandiriautisma.org/gawat-jumlah-anak-autis-di-indonesia-meningkat/>

