

DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII, “SURVEI PROFIL INTERNET INDONESIA 2022,” 2022.
- [2] C. Stephanie, “Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia ‘Melek’ Media Sosial,” *Kompas.com*, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> (accessed Apr. 13, 2022).
- [3] K. B. and N. Ginting, “Pengaruh Endorsement Selebriti di Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Elzatta Bandung Tahun 2018,” *E-Proceeding Appl. Sci.*, vol. 4, no. 3, pp. 1053–1059, 2018.
- [4] E. H. Ginardi, A and Susanto, “Pengaruh Sponsorship, Media Sosial Online, dan Celebrity Endorsement Terhadap Brand Awareness Produk Aksesoris Gaming Merek Sades,” *J. Manaj. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 6, pp. 628–632, 2021.
- [5] T. Lauricia, “Pengaruh Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Tealab,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 112–120, 2020.
- [6] W. P. Jennifer, M. and Sari, “Pengaruh Iklan Versi ‘Nyalakan Harapan’ Terhadap Brand Awareness ramayana di Jakarta,” *Prologia*, vol. 2, no. 2, pp. 422–425, 2018.
- [7] A. M. Cholil, *150 Brand Awareness Ideas*. Yogyakarta: Quadrant, 2020.
- [8] H. and Ruswanti, *Taktik Menjual Dengan Sensation, Education & Experience*. Jakarta: Gramedia, 2016.
- [9] Putri., *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group, 2019.
- [10] A. M. Cholil, *101 Branding Ideas*. Yogyakarta: Quadrant, 2018.
- [11] L. Kurniani, *50 Ide Bisnis Bermodal 5 Jutaan*. Yogyakarta: Stiletto Book, 2017.
- [12] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- [13] Azra, *Pendidikan Kewirausahaan: Teori Untuk Pembuktian Praktik & Praktik Untuk Pembuktian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- [14] C. Tjiptono, F. and Gregorius, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset,

- 2017.
- [15] F. M. Royan, *Marketing Celebrities : Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan diri Sendiri*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2005.
- [16] A. P. Sari, *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [17] A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019.
- [18] H. Widjojo, *Sari-Sari Pemasaran dan Aplikasinya di Dunia Bisnis*. Cilandak: Prasetiya Mulya Publishing, 2017.
- [19] A. Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018.
- [20] W. W. A. Febriani, N.S. and Dewi, *Teori Dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: UB Press, 2018.
- [21] S. Musi, *Krisis Public Relation*. Pasuruan: Qiara Media, 2020.
- [22] A. Hermawan, *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [23] S. N. Sahir, *Gagasan Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [24] A. Nainggolan, Triapnita, N. , Munandar, & Sudaro, *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [25] Latief., *Perilaku Konsumen*. Depok: RajaGrafindo Persada, 2018.
- [26] A. Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020.
- [27] A. Handiki, K. and Mustikasari, "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Pada PT Gumbira Wana Indonesia 2019," *E-Proceeding Appl. Sci.*, vol. 5, no. 857–863, 2019.
- [28] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [29] D. Siswanto, Dr. and Suyanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Korelasional*. Jawa Tengah: Boss Script, 2018.
- [30] P. H. . Ghozali, *Aplikasi Analisis Miltivariate Dengan Program SPSS21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020.
- [31] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 4th ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.