

## DAFTAR PUSTAKA

- Krisnawati Br Ginting, Nellyaningsih. (2018). *Pengaruh Endorsment Selebriti Melalui Media Sosial Terhadap Brand Aware*. Jurnal Nasional
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi)*. Bandung : Alfabeta.
- Fauziah, Alvy. (2016). Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Tingkatan Brand Awareness. Program Studi Administrasi Bisnis. Universitas Telkom. Bandung
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Dr. Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Banten: Penerbit Andi
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition: Global Edition*, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). *Principle Of Marketing. 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Ed*. Pearson Education,Inc