

DAFTAR PUSTAKA

Buku Referensi

- Alexander, T. (2012). *Get Your Business Online Now!* Sydney: Hachette Australia.
- Castells, M. (2013). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
- Hasanuddin, A. (2017). *Milenial Nusantara*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jamel, Nyoman. (2016). *Komunikasi Massa*. Bandung: DIPA FIP Undiksha.
- Krieken, R. (2012). *Celebrity Society*. Oxon : Routledge.
- Silalahi, Uber. (2015). *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Refika Aditama
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta. <https://tokopedia>
- Syahrum, Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

PUBLIKASI ELEKTRONIK

Artikel jurnal di *website*

- Angel Gabriely Pinkan Enoch. (2018). Efektivitas Celebrity Endorser dan Social Media Influencer Melalui Instagram Terhadap Brand Trust Tokopedia Pada Generasi Millenials. *Binus University Business School*.
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). PERANAN INFLUENCER DALAM MENGGOMUNIKASIKAN PESAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM [THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2). <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Ashari Satrio Muharam. (2011). *ANALISIS PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP BRAND AWARENESS DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Susu Kental Manis Frisian Flag di Kota Semarang)*.
- Astuti, R. L. M. B. (2016). Pengaruh Promosi Online Dan Celebrity Endorser

- Terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. *Jurnal Gaussian*, 5(1).
- Clemens, C., & Sari, W. P. (2019). Pengaruh Penggunaan Brand Endorser Arief Muhammad Terhadap Brand Awareness Tokopedia. *Prologia*, 3(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6369>
- Darmawan, R., Alumnus, A., Ekonomika, F., Universitas, B., Satya, K., Jony, W., Haryanto, O., Pengajar, S., & Wacana, K. S. (2021). *Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy*.
- Felita, S., & Valerian, V. (2022). *HOTEL "X" SURABAYA*.
- Fitriyani. (2010). Pengukuran Tingkat Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE EXPRESS) Solo (Studi Pada Mahasiswa Diploma Tiga Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta). In *Universitas sebelas maret surakarta* (Vol. 9, Issue 1).
- Girsang, H. T. (2020). PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN MARKETPLACE KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE TRAVELOKA EATS. *Repository Universitas Sumatera Utara*, 20–21. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/29038>
- Hartini, S. (2016). Efektifitas Endorsment Pada Media Sosial Instagram Pada Produk Skin Care. *BINA INSANI ICT JOURNAL*, 3(1), 43–50.
- Keke, Y. (2018). *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP BRAND AWARENESS*. <https://www.researchgate.net/publication/325967152>
- Nadila, Muhammad Aqsa, M. R. (2020). ANALISIS PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Repository Umpalopo*, 3–4. <http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/384>
- Pramesti, N. N. T. M., Pascarani, N. N. D., & Joni, I. D. A. S. (2017). Pengaruh Penggunaan Selebriti Endorser Terhadap Brand Awareness Akun Instagram @ georgiosstore Di Kalangan Siswi SMA Negeri 1 Denpasar. *Jurnal Ilmiah Widyasosiopolitika*, 1(1).
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION

- MOBIL TOYOTA CALYA DI MAKASSAR. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1). <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Setiadi. (2016). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Simatupang, N. (2021). *“THE EFFECT OF DIGITAL INFLUENCER’S ENDORSEMENT, DESTINATION IMAGE AND SOCIAL IDENTITY ON DESTINATION BRAND LOVE” THESIS REPLICATION*.
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP SIKAP PADA MEREK (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, VIII(2).

Artikel dari pangkalan data online

- Binus.ac.id (28 Agustus 2021). Peran Sosial Media dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Usaha Kecil. Diakses pada 21 Desember 2021. <https://student-activity.binus.ac.id/himsisfo/2021/08/peran-sosial-media-dalam-meningkatkan-brand-awareness-pada-usaha-kecil/>
- Dewaweb Team (07 April 2021). 7 Cara Membangun *Brand awareness*. Diakses pada 29 September 2021. <https://www.dewaweb.com/blog/brand-awareness/>
- Imam Budianto. *Influencer Marketing : Mengenal Lebih Dekat Influencer Marketing*. Diakses pada 29 September 2021. <https://winstarlink.com/influencer-marketing/>
- Mediaindonesia.com (03 Maret 2021). Arief Muhammad Bergabung dengan Manajemen Baso Aci Akang. Diakses pada 29 September 2021. <https://mediaindonesia.com/hiburan/388309/arief-muhammad-bergabung-dengan-manajemen-baso-aci-akang>
- Puja Kesuma (12 November 2020). Pengaruh *Influencer* Terhadap *Brand Awareness*. Diakses pada 29 September 2021. <https://www.bizznet.my.id/2020/11/pengaruh-influencer-terhadap-brand.html>