

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amir Purba, d. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa.
- Anggun, M. (2015). *Strategi Pemilihan Selebgram sebagai Upaya Promosi Produk Hijab Online Shop di Instagram*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Azwar. (2012). *Realibilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Budiman, R. L. (2018). *Peran Brand Ambassador Pada Iklan Dalam Membangun Brand Awareness*.
- Catherine Elfani Wijaya, N. L. (n.d.). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Tokopedia (Studi Iklan Tokopedia feat BTS pada Masyarakat Kota Denpasar)*.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hermawan, W. (1995). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kadek Ayu Dewi, d. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah "Men's Biore"*. Bali: Universitas Udayana.
- Kotler, P. A. (2002). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Person Education.
- Kotler, P. B. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.

- Revanto. (2016). *Pengaruh Brand Communication yang Diterima oleh Konsumen terhadap Brand Trust pada Brand Smartfren di Kota Surabaya*. Journal of Product & Brand Management.
- Semenik, R. J. (2002). *Promotion and Integrated Marketing Communications*. Ohio.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, S. (2017). *Metode pemilihan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Statista. (n.d.). *Number of Instagram Users Worldwide from 2016 to 2023*. Available online: <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2009). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi.
- West, R. a. (2007). *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yuliati, D. A. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L'Oreal Paris (Studi Pada Konsumen L'Oreal kota Bandung)*. Bandung: Universitas Mercu Buana.

Yusuf. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Yusuf, A. M. (2016). *'Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan'*. Jakarta: Prenadamedia Group.