

## Daftar Pustaka

### Buku :

- Alma, B. (2013). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, K. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc .
- Kotler, P. a. (2014). *Principle Marketing. 14 Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management- 15/E*. Essex, England: Pearson Education.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo. (Aplikasi SPSS untuk Smart Riset ). 2013. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

### Skripsi dan Jurnal :

- Fajrin, F. V., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada Pt Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Rafika, D., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Sponsorship Terhadap Brand Image Pada Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Murdana, Y. T., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Pt. Dealpro Indonesia Bandung 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Rahman, J. N., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Pada Neucenrix Data Center (Studi Kasus Pt. Telkom Bengawan Bandung 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Kiki Handiki, A. M. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness pada PT. Gumbira Wana Indonesia. Bandung: *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Armawati, I. (2014). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Perceived quality terhadap keputusan pemakaian jasa pada maskapai penerbangan garuda indonesia. Bandung: *eProceedings of Applied Science*.
- Rianto, D. (2014). Pengukuran Usability Sistem Menggunakan Use Questionnaire Pada Aplikasi Android . Palembang: Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL. 6,.
- Bradana, M. W., & Wibowo, S. (2017). Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Bandung Cabang Ciganitri. *eProceedings of Applied Science*, 3(2).

**Website :**

Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Bandung Marketeers – Majalah Bisnis & Marketing Online : [www.marketeers.com](http://www.marketeers.com) We Are Social – [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)  
[www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id) [www.hestanto.web.id/brand-awareness-kesadaran-merek](http://www.hestanto.web.id/brand-awareness-kesadaran-merek)  
[www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id)