

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana. Brand Management in The Digital Era. Purbalingga : CV Eureka Media Aksara. 2024.
- Adrie Charviandi, S.E., M.M. Dkk. Manajemen Pemasaran Perspektif Digital Marketing. Purbalingga : Eureka Media Aksara.2023.
- Ajat Rukajat, Pendekatan Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Deepublish, 2018
- Antasari, Citra, E Renystiyah Dwi Pratiwi. “Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu”. Vol. 9, 2022.
- Budimansyah Putra, Bava. “Analisis Strategi Pemasaran Influencer Marketing Dan Integrated Marketing Communication Erigo Untuk Meningkatkan Brand Awareness”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*.Vol. 1, 2024. <https://doi.org/10.62017/jimea>.
- Budi Harto dkk, Social Media Marketing. Padang : PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Carter, Daniel. “Hustle And Brand: The Sociotechnical Shaping Of Influence”. *Social Media And Society*. Vol. 2, No. 3 2016. <https://doi.org/10.1177/2056305116666305>.
- Danis Puntodi. Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2011.
- Dhavira Reynaldya, Peran Influencer Marketing Di Instagram, Yogyakarta : Jejak Pustaka, 2021.
- Dian Prajarini, Media Sosial Periklanan – Instagram, Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Dr. Cand Aditya Wardhana, Brand Marketing The Art Of Branding. Bandung : Cv Media Sains Indonesia. 2020.
- Dumaris E. Silalahi. *Keabsahan Data Penelitian Kualitatif*. Makasar : Cv Tahta Media Group. 2022.
- Duncan Brown and Nick Hayes, Influencer Marketing Who Really Influencer Your Customer Edisi 1. .Burlington USA : Elsevier LTD.2008.
- Hardani, Helmina Andriani, dkk, Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Yogyakarta : CV Pustaka Ilmu, 2020.

- Kristen Petra, Universitas, Jenica Sintya Winadi, “Hubungan Word Of Mouth Dengan Brand Awareness Teh Kotak”, “Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi.
- Muh. Fitrah, Luthfiyah, Metodologi Penelitian Kualitatif Tindakan Kelas & Studi Kasus, Bima : CV Jejak. 2017.
- Nikous Soter Sihombing, dkk, Pemasaran Digital, Banyumas: Pena Persada, 2022.
- Norita Lumatihunisa, dkk, Generasi Cerdas dan Bijak Bermedia Sosial, Indramayu : CV. Adanu Abimata, 2021.
- Philip Kotler and Gary Armstrong. Principle of Marketing Edisi 7. United Kongdom :Person Education Limited, 2018.
- Philip Kotler, Marketing Managemenet, United States Of Amerika : Person, 2012.
- Raharjo, Vania Sekarayodya, Iwan Sukoco, Cecep Safa’atul Barkah, Nurillah Jamil, E Achmawati Novel. Penerapan Strategi Influencer Marketing Melalui Media Sosial The Implementation Of Influencer Marketing Strategy Through Social Media”. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*. Vol.10. No.1.2023. <https://doi.org/10.31289/Jkbn.V10i1.9979>.
- Rahmawati, Suci Dwi, Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce, N.D., <http://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/ncoins/index>.
- Rika Wulandari. Peran *Influencer* dalam Strategi Promosi Era *Digital Disruption* Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus : *Followers Instagram Jerome Polin*). *Skripsi S1*, Universitas Pakuan Bogor, 2022.
- Samudra, Abu, Kurniawati Kurniawati, E Yolanda Masnita. “Sistem Teori Stimulus-Respon Dalam Kesesuaian Influencer-Produk Dan Interaksi Media Sosial Untuk Meningkatkan Niat Beli”. *Jurnal Riset Entrepreneurship* Vol.7, No.2.2024. 100. <https://doi.org/10.30587/Jre.V7i2.8211>.
- Salim, Syahrul, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : Citapustaka Media, 2012
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Silalahi, Ayuphita Tiara, “Micro-Influencer Celebrity’s Communication Strategy in Brand Promotion,” *Humaniora* 12, no. 1 (March 30, 2021): 21–28, <https://doi.org/10.21512/humaniora.v12i1.6786>.

- Susanto A.B, & Himawan Wijanarko. *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta : PT Mizan Publika.2004.
- Syukur, Musthafa, E Saida Salsabila. “Influencer Impact; Solusi Produsen Dalam Mempromosikan Produk”. *Jurnal Istiqro*. Vol. 8, No. 2. 2022.129–40. <https://doi.org/10.30739/istiqro.V8i2.1502>.
- Terence A Shimp, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Salemba Empat. 2014.
- Umar Siddiq, Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Umrati Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*, Makasar : Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. 2020.
- Wirania Swasty. *Branding : Memahami Dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.2016.
- Wirapraja, A, N T Hariyanti, E H Aribowo. “Kajian Literatur Pengaruh Digital Influencer Marketing Terhadap Perkembangan Strategi Bisnis”. Vol. 3, 2023. www.influencermarketinghub.com.
- Yusnita Diansari. *Peran Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Pada Osaka Desu Cabang Kilisuci Kediri*. Skripsi S1, Institut Agama Negeri Islam (IAIN) Kediri, 2024.
- Zulki Zulkifli Noor, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta : CV Budi Utama, 2015.