

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Rahim, Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020).
- Adinda Moedasir, *Influencer: Jenis, Tugas, dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis*, (12. Maret, 2025), dalam <https://majoo.id/solusi/detail/influencer-adalah>
- Afrisca Febriana, *Influencer Kediri*, diwawancarai oleh sharla martiza fitri, juni 2025, Kediri.
- Agnes Dwita Susilawati, Fifit Solehatun, “peran *influencer* dan media sosial Instagram dalam meningkatkan promosi pada suatu brand”, *jurnal ilmiah fakultas ekonomi universitas Flores* 13.01 (2023).
- Alo, L. (2011). Komunikasi: Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Annisa, Karyawan Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, Juni 2025, Kuy Studio Cabang Kediri.
- Ayu, Konsumen Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, juni 2025, Kediri.
- Basu Swastha DH, “Pengantar Bisnis Modern”, (Jakarta: Salemba Empat, 2004).
- Basu swastha, dan Irawan, *manajemen pemasaran modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008).
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008).
- Datareportal.com : “Digital 2025:Indonesia” <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia#:~:text=Indonesia%20was%20home%20to%20143,percent%20of%20the%20total%20population>. Diakses pada 3 Setember 2025 puluk 20.12.
- Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: UPN Veteran Yogyakarta Press, 2020).
- Fahrillah, “*Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Burger Bangor Kediri Raya Di Desa Sukorejo Ngasem Kediri)*”, Skripsi IAIN Kediri 2024.
- Hadian Wijoyo, Yoyok Cahyono, Aris Aryanto, Fery Wongso, “digital ekonomi dan pemasaran era new normal”, (Sumatera Barat: CV insan cendekia Mandiri, 2020).

- Hariyanti, N dan Wirapraja, A. 2018. Pengaruh *Influencer* Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). Jurnal eksekutif Volume 15.
- Helaluddin dan Hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).
- Jundillah, Muhammad Farid, Dwi Sulastyawati, and Muhammad Abdul Ghoni. *Peran Influencer Muslim Dalam Upaya Peningkatan Penjualan*. Diss. IAIN Curup, 2021, H.1.
- Justin G. Logenecker, dkk, Kewirausahaan : Manajemen Usaha Kecil (Jakarta : Salemba Empat, 2001).
- Kismono, G. (2011). Pengantar Bisnis, Edisi Kedua. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong. (2012). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta
- Larrasati zahrona, *Influencer* Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, Juni 2025, Kediri.
- Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Mahaputra, komunikasi visual et al., *"Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi Dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand "*
- Marita Ayu Anggraini, *"Peran strategi promosi melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan volume penjualan produk dalam perspektif Islam (studi kasus di toko Rihnz.id kecamatan Tanjunganom)"*, (Skripsi IAIN Kediri, 2024)
- Mayang Sari Lubis, Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).
- Moleong, Lexy J.. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- M.Soleh Mauludin, Dewi Ratnawati, Ninik Arianti, Melina Dwi Pryastara, Vivi Adelia Novitawati, 2022, Analisis Persepsi konsumen terhadap penggunaan jasa gojek, Jurnal studi ilmu keagamaan Islam, h 130.
- Muhammad Hasan dkk., Metode Penelitian Kualitatif (Sukoharjo: Tahta Media Group, 2022).

Naning Fatmawatie, Nilna Fauza, Sri Anugerah Natalina, 2022, Marketing Strategy of shrimp crackers reviewed from sharia marketing, Kediri : Jurnal Ekonomi Islam.

Nesa, Konsumen Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, juni 2025, Kediri.

Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Promosi*, Jilid 1 Edisi 12 (Jakarta: PT Indeks, 2007).

Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi 13. Jilid 1, (Jakarta : Prenhalindo, 2014).

Philip Kotler, Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran (Jakarta: Prenhalindo, 2000).

Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,

Ratih Anggoro Wilis dan Risa alArfiana Augustina "*influencer & blogger* sebagai strategi pemasaran era digital" *JIS (jurnal ilmu cyber)* 1, no.4 (2022).

RRI.CO.ID: “ Data Statistik Pengguna Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024 “
<https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024> Diakses pada 06 Desember 2024 pukul 09.50.

Sarah, Konsumen Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, juni 2025, Kediri.

Sherly Marsha Putri, Rosmita, “pengaruh *influencer* marketing terhadap minat beli konsumen pada toko sneakerspku9”, *jurnal administrasi bisnis dan ilmu social*, vol.2 (2024).

Sifana Putri Ayudya, *Influencer* Nganjuk, Kediri , diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, Juni 2025, Kediri.

Silla Sabilla, “*Strategi Komunikasi Influencer Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Make up By Kukuh*”, Skripsi IAIN Kediri 2022.

Surudin, Aturan Dalam Melakukan Review Produk, (Din Law Group, 2021), dalam <https://dinlawgroup.com/aturan-dalam-melakukan-review-produk/>

Vania, Konsumen Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, juni 2025, Kediri.

Yohanes Dibta Dwisaputra, Pemilik Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, Juni 2025, Kuy Studio Cabang Kediri.

Yulianti, Konsumen Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, juni 2025, Kediri.

Zahra, Konsumen Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, juni 2025, Kediri.

Zuchri Abdussamad, Metode Penelitian Kualitatif, (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021).

Zulfa, Konsumen Kuy Studio cabang Kediri, diwawancarai oleh Sharla Martiza Fitri, juni 2025, Kediri.