

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- AMA Board of Directors. 1985. AMA Board Approves New Marketing Definitioni. *Marketing News* 1 Maret 1985. Hal. 1
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Backaler, J. (2018). *Digital Influence: Unleash the Power of Influencer Marketing*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama*. Jakarta: kencana prenada media goup.
- Bohang, Fatimah Kartini. "Orang Indonesia Masuk 5 Besar Terbanyak Jualan." <https://tekno.kompas.com/read/2017/09/28/15280077/orang-indonesia-masuk-5-besar-terbanyak-jualan-di-instagram> Diakses pada 27 Mei 2023.
- Krismasakti, Bramayanti. Instagram Stories Dalam Ajang Pengungkapan Eksistensi Diri (Studi Kasus Selebgram @jihhanputri). *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 2, No. 1, (Maret 2019) 1 – 14.
- Citra Sugianto Putri. 2016. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli". Universitas Ciputra.
- Frank Jefkins. 1995. *Periklanan edisi ketiga*. Jakarta: Erlangga. Hal. 4
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grenny, J., Patterson, K., Maxfield, D., McMillan, R., & Switzler, A. (2013).

- Influencer: The New Science of Leading Change (2nd Edition). USA: VitalSmarts.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hall, John. "3 Reason Influencer Marketing Is Still A Thing."
<https://www.forbes.com/sites/johnhall/2023/03/12/3-reasons-influencer-marketing-is-still-a-thing/?sh=58e9ff6bc4f5> Diakses pada 27 Mei 2023.
- Hamdi, A.S. & Baharuddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*.
- Husein Umar. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Hutabarat, Julius Ripandi. 2020. "Pengaruh Influencer Marketing Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Di Kecamatan Medan Timur)," 1–32
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th Edition). USA: Pearson Education, Ltd.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kemp, S. (2020, Februari 18). *Digital 2020: Indonesia*. Retrieved from
- Mileva, Lubiana & Achmad Fauzi DH. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Monle, Lee. and Johnson Carla. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*.Prenada. Jakarta
- Lievrouw, Leah and Livingstone, Sonia. 2006. *The Handbook of New Media*:

Updated Student Edition. London: Sage Publications Ltd. Perspektif
Global. Jakarta: Kencana. Hal.13

Priyatno, Dwi. 2014. Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss. Yogyakarta:
Mediakom.

Ruslan. (2008). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta. PT
Raja Grafindo Persada. hal 23

Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan
Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nasrullah, Rulli. (2016), Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya,
Sosioteknologi, Cet. kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung

Siswanto, Tito. 2013. Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha
Kecil Menengah. Jurnal Liquidity, Vol. 2, No. 1, Hal: 80-86.

Suryani, H. (2015). Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian
Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. *Dan R&D*. Bandung :
ALFABETA.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).
Bandung : ALFABETA.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Dan R&D*.
Bandung : ALFABETA.

Terence A. Shimp, Advertising Promotion and supplemental Aspek Of
Integarted Makrketting Communication, Penterjemah Refyani Sahrial,
Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan komunikasi Pemasaran
Terpadu, (Jakarta:Erlangga,2003), h. 4

Venus, Drs. Antar, (2009), Manajemen Kampanye, Bandung, Simbiosis Rekatama
Media.