

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afifuddin, Beni Ahmad Saebani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Eriyanto. 2013. *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill Companies
- Harsono. 2008. *Model-Model Pengelolaan Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hermawan, Agus. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- I Made Wirartha. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Kotler, Phillip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta; Erlangga.
- Kottler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Mohammed, Rafi A, et al. (2003). *Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy*, 2nd Edition. Prentice Hall

- Moleong, L. J. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Morissan. 2014. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nazir. Mohammad, Ph.D. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. 2009. *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Satyo, Fatwan. 2009. *Intellectual Capital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusta Humas Kementerian Perdagangan RI.

Jurnal

- Anggarini, Chindy Ayu, Susie Perbawasari dan Heru Rianto Budiana. (2018). *Cyberbranding sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia*. Jurnal Komunikasi dan Media. Vol. 2 No2: 72-86.
- Fauzi, Viny Putri. (2016). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru*. JOM FISIP. Vol. 3, No. 1: 1-15

Ratana, Metta. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek*.
Jurnal Studi Komunikasi dan Media. Vol. 22, No. 1: 13-28.

Shintarani, Egi Dian. (2017). *Pengaruh Promosi Produk Seafoodking terhadap Brand Awareness Produk*. Journal of Communication (Nyimak). Vol. 1, No. 2: 209-220.

Sutari, Ni Gusti A.K dan Anak Agung G.A.P.D. (2017). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa GO-JEK dalam Meningkatkan Brand Awareness Cabang Bali*. Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi. Vol.15 No.2 2017: 33-42.

Internet

dailysocial.id/post/5-hal-yang-perlu-diketahui-tentang-influencers-marketing
(Diakses pada tanggal 17 Juli 2019)

dailysocial.id/post/laporan-perkembangan-industri-startup-teknologi-indonesia-2017
(Diakses pada tanggal 15 April 2019)

kumparan.com/sociabuzz-influencer-marketing-platform/apa-itu-influencer-marketing (Diakses pada tanggal 17 Juli 2019)