

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, R. (2008). *Administrasi dan Manajemen*. Bandung: Dewa Ruchi.
- alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Andreanus, R. (2019). Pengaruh Influencer, Membership Program, dan Instagram Ads terhadap Minat Beli Ulang Customer Brand Coach (Studi kasus plaza senanya). *Journal of Entrepreneurship Management and Industry*.
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Marwick, A.E. 2013a. *Status update: celebrity, publicity, and branding*. New Haven: Yale University Press.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Novi T Hariyanti, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern . *jurnal.ibmt.ac.id*.
- Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Petruta Mihai, A. I. (2015). Social Media Strategies for Organizations using Influencers Power. *Europea Scientific Journal*.
- Rahima, P. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen. *uin-malanh.ac.id*.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiharto, S. A. (2018). Pengaruh Influencer terhadap Sikap pada Merk. *Ilmu Politik dan Komunikasi*.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

- Tien Najihan, N. (2017). Efektivitas Beauty Vlogger dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan. *uin-suka.ac.id*.
- Tri, N. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di era Modern. *Eksekutif*.
- Wati, L. (2018). Pengaruh Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi kasus pada instagram @bylizziepara). *Warta ISKI*, 71-82.
- Widiyanto, I. (2008). *Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia.
- Senft, T.M., (2013). *Microcelebrity and the branded self*. In: J. Hartley, J. Burgess, and A. Bruns, eds. *A companion to new media dynamics*. Chichester: Wiley-Blackwell
- Sugiharto, S. A. (2018). Pengaruh Influencer terhadap Sikap pada Merk. *Ilmu Politik dan Komunikasi*.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Tri, N. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di era Modern. *Eksekutif*.
- Tien Najihan, N. (2017). Efektivitas Beauty Vlogger dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan. *uin-suka.ac.id*.
- Wati, L. (2018). Pengaruh Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi kasus pada instagram @bylizziepara). *Warta ISKI*, 71-82.
- Widiyanto, I. (2008). *Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Wati, L. (2018). Pengaruh Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi kasus pada instagram @bylizziepara). *Warta ISKI*, 71-82.
- Widiyanto, I. (2008). *Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Widiyanto, I. (2008). *Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 09 November 2019

<https://kumparan.com/sociabuzz-influencer-marketing-platform/apa-itu-influencer-marketing>, diakses pada tanggal 09 November 2019

<https://iniprofil.com/biodata-tantri-namirah-dan-biografi-lengkap-istri-haykal-kamil-adik-zaskia-mecca/>, diakses pada tanggal 09 Januari 2020

<https://techcrunch.com/2012/03/21/klout-kred-peerindex-radian6> Diakses pada 07 Januari 2020

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/ecommerce/saas/engagement-rate/> diakses pada tanggal 09 Januari 2020

<https://socialmediaexplorer.com/content-sections/news-and-noise/defining-engagement/>.

<http://www.influicity.com/wp-content/uploads/2018/03/MegaMacroMicro-Whitepaper-min.pdf> diakses pada tanggal 11 Januari 2020.