

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Bambang Riyanto. 2010. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*, ed. 4, BPFYOGYAKARTA
- Creswell, J. W. 2015. *Penelitian kualitatif & desain riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Clow, K. E. dan Baack, D. 2012. *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications*. England: Pearson
- Giannini, G. T. 2010. *Marketing Public Relations: A Marketer's Approach to Public Relations and Social Media 1st edition*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Grenny Joseph, Patterson Kerry, Maxfield David, McMillan Ron, Switzler AL. 2013. *Influencer*. Dunamis Publishing.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Joseph, Thomas. 2011. *AppsThe SpiritOf Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kurtz, David L. Bone, 2012. *Principle of Contemporary Marketing, 14th Edition*, Cenbage Learning, USA
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisaso, komunikasi pemasaran*. Jakarta:Kencana
- KONIEWSKI.M. 2012. *BRAND AWARENESS and Customer Loyalty – PMR* Kotler, dan Keller. 2012. *Managemenr Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Ellys. 2013. *Qualitative Research Methodology in Communication, Konsep, Panduan, dan Aplikasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia

- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Maryadi, dkk. 2010. *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Moleong, L.,J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Sugiyono. 2011. *Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide for brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Zuldafril, Muhammad, Lahir. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Yuma Pustaka.

Skripsi

- Putri Santoso, Amanda. 2017 “*Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*”. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya
- Kusumasari, Paulina Wahyu. 2018. “*Peran Online Egagement Pada Pengaruh Tipe Post dan Waktu Post di Instagram Terhadap Minat Beli*”. Universitas Sanata Dharma

Jurnal

- Andrologi, F. 2014. *Analisis Pengaruh BrandImage dan Brand awareness Terhadap BrandLoyalty dan Dampaknya Terhadap BrandEquity*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dipenogoro Semarang.
- Br Ginting, Krisnawati. & Nellyaningsih. 2018. “*Pengaruh Endorsement Selebriti di Media Sosial Instagram terhadap brand awareness Elzatta Bandung Tahun 2018*”. Bandung: Universitas Telkom

- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. 2001. "*Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing*". *Journal of Interactive Marketing*, Vol.15 No. 4.
- Heini, T. M., & Heikki, K. 2015. "*The usage of digital marketing channels in SMEs*". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Volume 22 (4)
- Išoraitė, Margarita. 2016. "*RAISING brandAWARENEES THROUGH THE INTERNET MARKETING TOOLS*". Lithuania: Vilniaus kolegija/University Applied Sciences.
- Septiani, Geuit. Sumartian, Suwandi. & Perbawasari, Susie. 2017. "*Pembentukan brand awareness Warunk Indomie Upnormal Melalui Food Blogger*". Bandung: Unversitas Padjajaran.
- Santoso, Ade Budi & Saiful Romadon. 2020. "*Strategi Komunikasi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan brand awareness Melalui Media Sosial (Studi Kasus: Content creator 4.0 di Instagram)*" Jakarta: Universitas Bina Sarana dan Informatika.
- Safitri, Yuliane & Sari Ramadanty. 2019. "*Strategi Kampanye Public Relation Melalui Peran Key Opinion Leader di Indonesia*" Jakarta: Universitas Bina Nusantara
- Tri Hariyanti, Novi. & Wirapraja, Alexander. 2018. "*Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur)*". Surabaya: Institute Informatika Indonesia.
- Wati Evelina, Lidya. & Handayani Fitrie. 2018. "*Penggunaan Digital influencerdalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra)*". Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Walid. 2018. "*Penggunaan Instagram Sebagai Media sosial Marketing dalam Membangun brand awareness PLATBM1912 di Kota Pekanbaru*". Riau: Universitas Riau.
- Young Kim, E. and Kim, Y. 2004, "*Predicting online purchase intentions for clothing products*", *European Journal of Marketing*, Vol. 38 No. 7, pp. 883-897

Zukhfurani, Alfitri. & Zakiy, Muhammad. 2019. “*THE EFFECT OF BEAUTY INFLUENCER, LIFESTYLE, brandIMAGE AND HALAL LABELIZATION TOWARDS HALAL COSMETICAL PURCHASING DECISIONS*”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Online

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4286/Pengguna+Internet+Indonesia+Nomor+Enam+Dunia/0/sorotan_media (Diakses pada 03/11/2020, pukul 11:22 WIB)

<https://HIIP INDONESIA Indonesia.asia/id/about-HIIP INDONESIA Indonesia/> (Diakses pada 01/04/2020, pukul 11:22 WIB)

<https://dailysocial.id/post/melakukan-kegiatan-pemasaran-memanfaatkan-influencer> (Diakses pada 9/4/2020, pukul 09:30 WIB)

<https://sociabuzz.com/> (Diakses pada 9/2/2020, pukul 13:08 WIB)

<https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/keuntungan-influencer-marketing-untuk-brand> (Diakses pada 10/02/ 2020, pukul 15:23 WIB)