

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2014). *Building Strong Brands*. The Free Press.
- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Setia.
- Adler, R. B., Rosenfeld, L. B., & II, R. F. P. (2021). *Interplay: The process of interpersonal communication*. Oxford University Press.
- Ardianto, E. (2016). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama.
- Arianty, A. Andira, N. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister*.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Belanche, D. et al. (2021). Understanding influencer marketing: The role of congruence between influencers, products and consumers. *Journal of Business Research*, 132, 186–195.
- Brown, D., & Fiorella, S. (2013). *Influence Marketing: How to Create, Manage and Measure Brand Influencers in Social Media Marketing*. Que Publishing.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing*.
- Chintya. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Penggunaan Influencer Marketing di Astra Motor Yogyakarta*. Atma Jaya Yogyakarta [J].
- Depari, D. D. B. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University melalui Program Mudik Roadshow*.
- Djavarova, E. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Gancho, S. (2017). Social Media : A Literature Reviw. *E-Revista LOGO*.
- Hanindharputri, M. A. (2019). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase*

*Promotion of a Brand*).

Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Influencermarketinghub.com. (2023). *What is the Difference Between a Creator and an Influencer? And Why It's Crucial That You Know*.  
<https://influencermarketinghub.com/creator-influencer-difference/>

Jung Eun, Lee. Songyee, Hur. Watkins, B. (2018). *Visual Communication of Luxury Fashion Brands On Social Media: Effects of Visual Complexity and Brand Familiarity*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publications.

Mely. (2022). *Hasil Survei Mengungkapkan Media Sosial Paling Digemari di Indonesia*.  
[https://www.gatra.com/news-548811-nasional-hasil-survei-mengungkapkan-media-sosial-paling-digemari-di-indonesia-.html#:~:text=WhatsApp merupakan media sosial yang,%25 dan 81%2C3%25](https://www.gatra.com/news-548811-nasional-hasil-survei-mengungkapkan-media-sosial-paling-digemari-di-indonesia-.html#:~:text=WhatsApp%20merupakan%20media%20sosial%20yang,%25%20dan%2081%2C3%25).

Mileneo, M. F. (2023). *Survei Asia Pacific Insights: Influencer Marketing Kian Diminati dan Efektif di Indonesia*.  
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/06/30/survei-asia-pacific-insights-influencer-marketing-kian-diminati-dan-efektif-di-indonesia>

Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Kencana Prenada.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

Rizaty, M. A. (2022). *Daftar Negara Terbanyak Habiskan Waktu di Medsos, Ada Indonesia*.  
<https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-negara-terbanyak-habiskan-waktu-di-medsos-ada-indonesia>

Rizky, M. D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Student Ambassador Cakil Dalam Membangun Brand Awareness*.

Ruslan, R. (2005). *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation*. PT Raja Grafindo

Persada.

Sagita, R. A., & Siswahyudianto. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5.

Santora, J. (2022). *12 Types of Influencers You Can Use to Improve Your Marketing*. <https://influencermarketinghub.com/types-of-influencers/>

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Yunus, U. (2020). *Digital Branding*. Simbiosis Rekatama Media.

*Influencer Marketing For Dummies*" oleh Kristy Sammis, Cat Lincoln, dan Stefania Pomponi. 2015

*Strategic Social Media Management: Theory and Practice* 2nd ed. 2024 Edition  
by Karen E. Sutherland

*Influencer Marketing*. Duncan Brown, Nick Hayes. 2007. London: Routledge