

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Dave Chaffey, F. E. (2022). *Digital Marketing*. Pearson Education Limited.
- M Ismail, N. I. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Philip Kotler, K. L. (2022). *Marketing Management*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Umar Sidiq, M. M. (2019). *Metode Penelitian di Bidang Pendidikan*. Ponogoro: CV Nata Karya.

Jurnal :

- Abbiyu Ihsan Mahdi, B. P. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Engagement Rate Pada Akun Instagram Momis Bakery (@Momisbakery). *e-Proceeding of Management*.
- Ani Nor Widyastuti, P. N. (2020). The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Ayesha Anzani Putri Dinanti Gunawan, N. J. (2023). STRATEGI INFLUENCER MARKETING PADA RAHSA NUSANTARA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Lentera Bisnis*.
- Claudia Primasiwi, M. I. (2020). Key Performance Indicators for Influencer Marketing on Instagram. *Atlantis Press*.
- Eko Purwanto, S. S. (2020). ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE FULL COSTING DALAM PENETAPAN HARGA JUAL (STUDI KASUS UNIT USAHA REGAR FRUIT). *Repositori Telkom University*.

- Fadhila Hasna Athaya, I. (2021). MEMAHAMI INFLUENCER MARKETING: KAJIAN LITERATUR DALAM VARIABEL PENTING BAGI INFLUENCER. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital. *Jurnal Ultimacomm*.
- Jonathan Elsandro Putra, M. T. (2022). Analisis Engagement Rate Series Little Mom. *Repositori Telkom University*.
- Muhammad Adnan Darmawan, I. F. (2023). Relationship between Promotion Mix and Brand Awareness (Case Study: Dizayn). *International Journal of Current Science Research and Review*.
- Muhammad Fajri Ramadhan, W. S. (2023). Perancangan Content Marketing Di Media Sosial Instagram Prodi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom Tahun 2023. *Repositori Telkom University*.
- Nils S. Borchers, N. E. (2021). Mengelola komunikasi influencer strategis: Tinjauan sistematis tentang rutinitas perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian yang muncul. *Elsevier*.
- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB)*.
- Rika Riani, N. S. (2020). PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN VIRAL MARKETING TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK. *International Journal of Communication, Management and Humanities*.
- Shela Domora, N. A. (2022). DAMPAK KEBIJAKAN KENAIKAN KEPABEANAN DAN PAJAK TERHADAP E-COMMERCE DI KOTA BATAM. *Student Online Jurnal*.

Zdenka Kádeková, M. H. (2018). INFLUENCER MARKETING AS A MODERN PHENOMENON. *Communication Today*.

Website :

Binus. (2023, November 16). *5 Manfaat Media Sosial untuk Tingkatkan Branding Bisnis*. Retrieved from Binus: <https://bbs.binus.ac.id/2023/11/5-manfaat-media-sosial-untuk-tingkatkan-branding-bisnis/>

Kopp, C. M. (2024, July 25). *What Is Brand Awareness? Definition, How It Works, and Strategies*. Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp>

Sakhoul, A. (2023, Januari 6). *Pengaruh Merek Terhadap Perusahaan*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/adisakhoul1809/pengaruh-merek-terhadap-perusahaan-1zW24B4W9wg/1>