

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Afrizal. 2015. Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Menggunakan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bungin & Burhan. 2008. Analisa Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Prenada Media Group.
- Brown, D. & Hayes, N. 2008. Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers? Oxford: Elsevier.
- Belch, George E. dan Michael A. Belch (2009). Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective (8th Ed). New York: McGraw-Hill Irwin
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lexy. J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), 3.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated. Marketing Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2009. : Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta,

Jurnal :

- Aditya Saputra, I.G.P., Sri Ardani, I.G.A.K. (2019). Peran Brand image dalam Memediasi Pengaruh Influencer marketing Terhadap Corporate Reputation. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 1, Hal. 87-115, ISSN: 2302-8912.

Hennayake, H. M. G.Y. J. (2017). Effectiveness of Celebrity Endorsement: A Review on Related Concepts and Empirical Applications. International Journal of Scientific & Engineering Research, Vol. 8 No. 7.

Nabila (2020), Pengaruh Electronic Word Of Mouth Media Sosial Instagram

@Gartenhaus_Co Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Cafe Gartenhaus Malang Jawa Timur, Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:6 Nomor:1, Juni 2020

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. Jurnal Eksekutif, 15(1), 133-146.
<https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/172>

Hutabarat, Julius Ripandi. 2020. Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian produk Eiger. Universitas HKBP Nommensen. Jurnal Stindo Profesional Vol. VI, No. 2 Maret 2020 I S S N : 2443 – 0536

Viot, C. (2007). Effect of Inner and social dimension of brand image on consumer attitude toward brand extension. Faculty Of Economic State University Of Jakarta. E-Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Indosat Im3.
<http://repository.unj.ac.id/1200/1/NINA%20YUNIARSIH.pdf>

Website :

CNN Indonesia (02 juli 2023) . Apa itu influencer? Jenis dan cara kerjanya,
(<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230627101306-104-966972/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya> diakses 2 januari 2024)

GCFGLOBAL , Whats is Facebook?
(<https://edu.gcfglobal.org/en/facebook101/what-is-facebook/1/> diakses 14 januari 2024)

Merdeka.com (2022). Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya.

(<https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjelasan-nya-kln.html> diakses 14 januari 2024)

DailySocialid (Bambang Winarso 8 juni 2021) Apa Itu Tiktok dan Apa Saja Fitur-Fitur nya?

(https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok#google_vignette diakses pada 14 januari 2024)

Hestanto Personal Website, Pengertian YouTube Menurut Para Ahli

(https://www.hestanto.web.id/pengertian-youtube-menurut-para-ahli/#google_vignette diakses pada 14 januari 2024)

Kompas.com (Mutia Fauzia 28-08-2021) Ap aitu LinkedIn dan apa fungsinya dalam mengembangkan karir?

(https://money.kompas.com/read/2021/08/28/174052326/apa-itu-linkedin-dan-apa-fungsinya-dalam-mengembangkan-karir#google_vignette diakses pada 14 januari 2024)

Wikipedia (Kolodny, Lora 18 September 2023). Twitter.

(<https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter> diakses 14 januari 2024)

Wikipedia (Horwitz, Jeff 12 Februari 2020) WhatsApp

(<https://id.wikipedia.org/wiki/WhatsApp> diakses pada 14 januari 2024)