

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Abror, R. (2020, November 1). *Influencer Marketing Jadi Strategi Pemasaran Kememparekraf Tingkatkan Kunjungan Wisatawan ke Bali*. Retrieved from Sunmedia: <https://www.sunmedia.co.id/blog/influencer-marketing-jadi-strategi-pemasaran-kememparekraf-tingkatkan-kunjungan-wisatawan-ke-bali/>
- Akbar, Y. H., & Helmiawan, A. M. (2018). Penerapan Strategi Social Media Marketing untuk Meningkatkan Penjualan pada Dealer Mobil Toyota, Daihatsu dan Honda Bandung. *Jutnal Ilmu-ilmu Informatika dan Manajemen STMIK*, 115.
- Albarran, A., & Moellinger, T. (2013). *The Social Media Industries*. New York, USA: Routledge Taylor and Francis Group.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Aprilia, P. (2020, Juni 23). *7+ Media Sosial Populer untuk Bisnis*. Retrieved from Niaga Hoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/sosial-media-populer/>
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementrian Pariwisata RI*. Bandung: Media Neliti .
- Babbie, E. (2013). *Social Research Count*. United States: Cengage Learning
- Backaler, J. (2018). *Digital Influence Unleash the Power of Influencer Marketing to Accelerate Your Global Business*. United States of America : Palgrave Macmilan.
- Banjuradja, T. A. (2019). *Stratego Penggunaan Influencer Marketing dalam Menunjang Kegiatan Promosi Penjualan Beauty E-commerce Sociolla.com*. Tangerang: KC UMN.
- Biaudet, S. (2017). *Influencer Marketing as a Marketing Tool The Process of Creating an Influencer Marketing Campaign on Instagram*. Finland: Arcadia University.

- Brown, D., & Fiorella, S. (2013). *Influence Marketing: How to Create, Manage, and Measure Brand Influencers in Social Media Marketing*. United States of America: Que Publishing.
- Bungin, H. M. (2010). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United Kingdom: Pearson Education.
- Creswell, J. (2013). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed) Edisi Revisi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gityandraputra, D. (2020, Mei 26). *Berbagai Tipe Influencer Marketing Campaign Berdasarkan Tujuan Pemasaran*. Retrieved from marketingcraft: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/tipe-influencer-marketing-tujuan-pemasaran>
- Glucksman, M. (2017). The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding: A case Study of Lucie Fink. *Academic Communication Journal*, 77-86.
- Hamzah, Y. I. (2014). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. *Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 2.
- Hayes, N., & Brown, D. (2008). *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* Amsterdam Boston: Elsevier.
- Ismail, K. (2018, Desember 10). *Social Media Influencer: Mega, Macro, Micro or Nano*. Retrieved from cmswire: <https://www.cmswire.com/digital-marketing/social-media-influencers-mega-macro-micro-or-nano/>
- Jamzuri, M. (2016, Desember 16). *Industri Pariwisata Indonesia*. Retrieved from Indonesia Investment: <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051>
- Keller, K., & Kotler, P. T. (2016). *Marketing Management*. United States: Pearson.
- Kemendag. (2020, Agustus 30). *Rencana Strategis 2020-2024 Kemendag/Baparekraf*. Retrieved from Kemendag: https://www.kemendag.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1598887965_Rencana_strategis_2020-2024.pdf

- Landsvverk, K. (2014). *The Instagram Handbook*. London: PrimeHead Limited.
- Laras, S. S. (2019). *Analisis Alasan Pemilihan Peran Social Media Influencer dalam Mendukung Promosi Wonderful Indonesia*. Bandung: Universitas Parahyangan .
- Levin, A. (2020). *Influencer Marketing for Brands*. Stockholm: Apress Media.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ramadhan, M. F. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kmall.id)*. Jakarta : Universitas Moestopo.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London: Kogan Page.
- Sanjaya , R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suiwinata, A. M. (2020). *Strategi Influencer Marketing Zomato Indonesia dalam Mempromosikan Aplikasi Zomato Periode Agustus 2019-Maret 1010*. Tangerang: KC UMN.
- Velasco, M. (2018, September 13). *How To Scale Your Social Media Content Strategy To Increase Awareness and Engagement*. Retrieved from Socialbakers: <https://www.socialbakers.com/blog/by-author/moses-velasco>
- Weinswig, D. (2016, Oktober 5). *Influencers Are The New Brands*. Retrieved Feburari 2021, from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/deborahweinswig/2016/10/05/influencers-are-the-new-brands/?sh=1f4f7227919b>
- Yin, R. K. (2015). *Case Study Research Design and Methods*. United Kingdom : SAGE.
- Yusra, Y. (2018, April 11). *Pemilihan Kategori "Influencer" yang Tepat dan Memahami Tujuan Kegiatan Pemasaran*. Retrieved from Daily Social :

<https://dailysocial.id/post/melakukan-kegiatan-pemasaran-memanfaatkan-influencer>