



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (6th ed.). Harlow: Pearson.
- Kemp, S. (2021). Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 - DataReportal – Global Digital Insights. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Ramadanty, S., & Safitri, Y. (2019). Social Media Influencers Involvement in the Digital Campaign in Indonesia. *2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*. doi:10.1109/icimtech.2019.8843732
- Santoso, Amanda Putri. (2017). “Pengaruh konten post Instagram terhadap online Engagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita”. Skripsi. Institusi Teknologi Sepuluh Nopember.

