

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar. (2017, June 8). *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli - PakarKomunikasi.com*. <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- CITRA AMALIA, A. (2019, January 3). *Influencer Sebagai Content Creator*. BINUS UNIVERSITY MALANG | Pilihan Universitas Terbaik Di Malang. <https://binus.ac.id/malang/2019/01/influencer-sebagai-content-creator/>
- Generasi Milenial Wajib Selektif Memilih Influencer Kekinian*. (n.d.). Kumparan. Retrieved September 30, 2021, from <https://kumparan.com/anita-lestari1515505632657/generasi-milenial-wajib-selektif-memilih-influencer-kekinian>
- Haryanto, A. T. (2021, February 23). *Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari*. Detikinet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>
- Hasan, A. 2014. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta.
- Kemp, S. (2020, February 18). *Digital 2020: Indonesia*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kotler, P & Lane, K. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium.diterjemahkan Benyamin Molan.Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, L. (2012). Marketing Communications. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Salemba Empat
- NUR MUTIA SUNDAWATI . K, 135040062. (2018, November 1). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar dan Motivasi Siswa Kelas XI Pada Materi Sel. Repository.unpas.ac.id. <http://repository.unpas.ac.id/40202/>

- Pustaka, T., & Teori, A. (2020a). *Pengaruh Brand trust, Kualitas produk, dan Harga terhadap kepuasan konsumen produk air minum Le Minerale*.
<http://eprints.umpo.ac.id/5826/3/BAB%20II.pdf>
- Pustaka, T., & Teori, A. (2020b). *Pengaruh Pemasaran Relasional, Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan*.
<http://eprints.umpo.ac.id/5800/3/BAB%20II.pdf>
- Schiffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen Edisi Ke-7*. Jakarta: Indeks.
- Selestio, R., & KHASANAH, I. (2013). Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek oasis (studi pada konsumen CV. Sinar Mas Murni Distributor Oasis Cabang Jakarta Selatan). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Edisi 2*. Andi Offset. Yogyakarta. 2010.
- Wiryanto, Teori Komunikasi Massa, (Jakarta: Balai Pustaka, 2000), 66