

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, D. (2018, Januari 12). METODE PENELITIAN KUALITATIF : Analisa Resepsi Komunikasi. Universitas Mercu Buana.
- Brown, D., & Fiorella, S. (2013). In *Influencer Marketing: How to Create, Manage, and Measure Brand in Social Media Marketing*. Que Publishing.
- Butow, E. (2020). In *Ultimate Guide to Social Media Marketing*. Entrepreneur Media Inc.
- Dreambox. (2022). *Pengertian Influencer & Jenis-Jenis Influencer*. From Dreambox: <https://www.dreambox.id/blog/branding-strategi/pengertian-influencer-jenis-influencer/>
- Fadillah, D. (2022, Juni). Informan kedua. (F. Ahmaddaffa, Interviewer)
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen* (pertama ed.). Deepublish.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF STUDI FENOMENOLOGI, CASE STUDY, GROUNDED THEORY, ETNOGRAFI, BIOGRAFI*. CV. Pena Persada.
- Hall, S. (2011). In *Budaya Media Bahasa (Terjemahan)*. Yogyakarta: JALASUTRA.
- Jeong, S. W., Fauzi, E. P., Fasta, F., & Nathan, R. J. (2020). *ASPIRATIONJournal* Vol.1(2) November2020, p.135-162e-ISSN : 2723-1461-135-MODERN MUSLIMAH IN MEDIA: A STUDY OF RECEPTION ANALYSIS IN “SALIHA”PROGRAM ON NET TV.
- Kumalasari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). In *Digital Marketing*. Sidoarjo: Umisda Press.
- Kurniawan, S. (n.d.). *Apa Itu Influencer? Berikut adalah Pengertian serta Manfaatnya!* Retrieved April 12, 2022 from Niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-influencer/>
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.

- Mahdi, M. I. (2022, February 24). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Retrieved April 27, 2022 from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba HUMANIKA.
- Nofiaki, S. (2020). ANALISIS RESEPSI PADA KEBIJAKAN WAJAH BARU MALIOBORO.
- Randall, D. J. (2017). *Lima cara mengukur kepuasan konsumen* (Kedua ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Redaksi OCBC NISP. (2021, July 12). *fintech-Apa itu Fintech: Pengertian, Manfaat, Jenis & Dasar Hukumnya*. Retrieved April 12, 2022 from OCBC NISP: <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/12/fintech-adalah>
- Riama, C. O. (2021). “Peran influencer dalam proses electronic word of mouth untuk meningkatkan persepsi merek”.
- Rosana, F. C. (2022, February 3). *8 Korban Binary Option Laporan ke Bareskrim, Kerugian Ditaksir Capai Rp 2,4 Miliar*. Retrieved April 27, 2022 from Bisnis Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1557084/8-korban-binary-option-laporan-ke-bareskrim-kerugian-ditaksir-capai-rp-24-miliar/full&view=ok>
- Salim, & Syarum. (2012). In *Metodologi Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan, dan Pendidikan*. Bandung: Ciptapustaka Media.
- Satrio, Y. (2022, Juni). Informan pertama. (F. Ahmaddaffa, Interviewer)
- Setiadi, N. J. (2019). *PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan konsumen* (Ketiga ed.). Prenadamedia Group.
- Sitoyo, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Tokopedia. (2020, Desember 8). *Apa itu Influencer Marketing Serta Keuntungannya untuk Bisnis*. Retrieved April 27, 2022 from Tokopedia Seller: <https://seller.tokopedia.com/edu/influencer-marketing-dan-keuntungannya/>

Tunshorin, C. (2016, April). ANALISIS RESEPSI BUDAYA POPULER KOREA PADA ETERNAL JEWEL DANCE COMMUNITY YOGYAKARTA. *Vol.10*. From <https://media.neliti.com/media/publications/224286-analisis-resepsi-budaya-populer-korea-pa.pdf>

Tuten, T. L. (2021). *Social Media Marketing* (Third ed.). SAGE.

Widodo, D. (2022, Juni). Informan ketiga. (F. Ahmaddaffa, Interviewer)

