

DAFTAR PUSTAKA

- Alviani, A. (2017). pengaruh program employee relations terhadap kepuasan dan motivasi kerja karyawan: survei pada karyawan red communication indonesia. Fikom UMN, 46.
- Bungin, B. (2013). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bruns, I. (2018). *'Trust' and 'perceived authenticity' in social media driven influencer marketing and their influence on intentions-to-buy of 18-24 years-olds in Ireland*. [Master's thesis, Dublin Business School].
- Creswell, J. (2015). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. New York: Pearson.
- Creswell, J. D., & Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya
- Flew, Terry. 2008. *New Media: An Introduction (3rd edn)*. Oxford: Oxford University Press.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hovland, C., Janis, I. & Kelly, H. (1953). *Communication and persuasion: Physchological studies of opinion change*. Connecticut: Greenwood Press.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. 1968. *Communication and persuasion. Connecticut*. USA: New Haven and London Yale University Perss.
- Hariyanti, N. T., dan Wirapraja, A. 2018. *Jurnal Eksekutif*. "Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur)". Volume 15(1), Halaman 133-146.
- Kadekova, Z., & Hoilencinova, M. (2018). *Influencer marketing as a modern phenomenon creating a new frontier of virtual opportunities*. *Communication Today*, 9(2), 90-104.
- Keller, P. K. (2012). *"Marketing management (14th ed.)*. in Prentice Hall

- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raka Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management, Ed. 15*. England : Pearson Education Limited.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research An Applied Approach Fifth Edition*. New York: Pearson Education
- Malhotra, N. K. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation Seventh Edition*. India: Pearson India Education.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prihandini. 2015. Jurnal. “*Tingkat Pemanfaatan Social Media terhadap Branding Pariwisata Jawa Tengah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Shimp, Terence. (2007). *Periklanan Promosi. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid Kesatu, edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, A. T. (2003). *Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

