

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2015). Communicative intimacies: Influencers and perceived interconnectedness.
- Cool-Vita. (2024, June 13). *Cool-Vita | Lebih dari Vit.* Diambil kembali dari <https://coolvita.co.id/>
- Fachril, F. (2023). Peran Word of mouth dan Influencer dalam Key Opinion Leader pada E-Commerce TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Journal Ilmu Manajemen*.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206-225.
- Hariyanti, N. T. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen. (*Sebuah studi literatur*). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Jakawardana, M. R. (2024, Juni 3). *Rajai Pasar, Vitamin Cool-Vita Capai Penjualan Tertinggi di Bulan Mei.* Diambil kembali dari Cool-Vita: <https://coolvita.co.id/cool-vita-blog/cool-vita-news/vitamin-coolvita-capai-penjualan-tertinggi-di-bulan-mei/>
- Khoirunnisa, S. S. (2023). Pengaruh Atribut Key Opinion Leader (KOL) pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Bootcamp Online. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*.
- Lailiyah, N. I. (2023). Literature Review: KOL Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*.
- Levin, A. (2020). *Influencer marketing for brands*.
- Marlina, L. A. (2020). Digital Marketing.
- Mulyono. (2022). Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Web Informatika Teknologi*.

- Niantiara, A. (2022). Analisis Pemanfaatan Key Opinion Leader (KOL) oleh Batagor Acan sebagai Strategi Marketing Public Relations (MPR) di Instagram. *Jurnal Representamen*, 1-13.
- Raharjo, V. S. (2023). Penerapan Strategi Influencer Marketing melalui Media Sosial. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 86-99.
- Sari, A. C. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Widyadhana, A. J. (2023). Analisis Pengaruh Makro Influencer Dan Mikro Influencer Dalam Kol (Key Opinion Leader) Marketing Terhadap Brand Awareness Skintific. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*.