

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, Rifqi dan Kurnia. 2021. *Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen Terhadap Brand*. Jurnal Manajemen Komunikasi, vol 7 no. 1. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRMK/article/view/117>
- Allen, Robert. 2016. *Marketing Departments Are Failing To Implement The Most Effective Strategies (#ChartOf TheDay)*. Diakses dari <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/marketing-departments-failing-implement-effective-strategies-chartoftheday/>
- Anjani, Sari dan Irwansyah. 2020. *Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram*. Polyglot: Jurnal Ilmiah, vol 16, no 2. [https://www.researchgate.net/publication/342146783\\_PERANAN\\_INFLUENCER\\_DALAM\\_MENGGOMUNIKASIKAN\\_PESAN\\_DI\\_MEDIA\\_SOSIAL\\_INSTAGRAM\\_THE\\_ROLE\\_OF\\_SOCIAL\\_MEDIA\\_INFLUENCERS\\_IN\\_COMMUNICATING\\_MESSAGES\\_USING\\_INSTAGRAM](https://www.researchgate.net/publication/342146783_PERANAN_INFLUENCER_DALAM_MENGGOMUNIKASIKAN_PESAN_DI_MEDIA_SOSIAL_INSTAGRAM_THE_ROLE_OF_SOCIAL_MEDIA_INFLUENCERS_IN_COMMUNICATING_MESSAGES_USING_INSTAGRAM)
- Aprinta, Gita. 2016. *Pemanfaatan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Produk Lokal*. Jurnal The Messenger, Vol 8, No 1. <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/310>
- Athaya, Fadhila Hasna dan Irwansyah. 2021. *Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer*. Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis vol 3, no 2. <https://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/download/254/169>
- Brown, Duncan dan Nick Hayes. 2008. *Influencer Marketing Who Really Influencers Your Customers?*. UK: Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Campbell, C dan J. R Farrell. 2020. *More Than Meets The Eye: The Functional Components Underlying Influencer Marketing*. Business Horizons Vol 63 No 4.
- Cooper, Colin. 2016. *Top E-Commerce Trends To Inform Your 2017 Marketing Strategy*. Diakses pada 29 Januari 2022 pukul 11.15 WIB dari <https://www.bybweb.com.au/2016/10/08/top-ecommerce-trends-to-inform-your-2017-marketing-strategy/>
- DPMTKPTSP. 2019. *Café dan Warung Kopi Terdaftar*. Pontianak: Dinas Penanaman Modal, Tenaga Kerja Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. <https://data.pontianakkota.go.id/tr/dataset/caf%C3%A9-dan-warung-kopi-terdaftar>
- Duriyanto, Darmadi, Sugiarto dan Lie Joko Budiman. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Edelman Trust Barometer. 2019. *Edelman Trust Barometer Global Report*. Diakses pada 27 Januari 2022 pukul 19.28 dari [https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019\\_Edelman\\_Trust\\_Barometer\\_Global\\_Report.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf)

- Edelman Trust Barometer. 2019. *In Brands We Trusted?*. Diakses pada 30 Januari 2022 pukul 17.50 dari [https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-06/2019\\_edelman\\_trust\\_barometer\\_special\\_report\\_in\\_brands\\_we\\_trust\\_executive\\_summary.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-06/2019_edelman_trust_barometer_special_report_in_brands_we_trust_executive_summary.pdf)
- Elli, D. M. 2017. *The Phenomenon and Rise of Influencer Marketing and How it Affect Customer Opinion and Helps or Damages Brands*. Doctoral Dissertation, International Hellenic Universit. Diakses pada 25 Januari 2022 pukul 14.09 WIB dari <https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/29197/MSc%20Dissertation%20Thesis%20Diza.pdf?sequence=1>
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media. [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919\\_Buku\\_Pemasaran\\_Produk\\_dan\\_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf)
- Ioanid, A. G. Militaru dan P. Mihai. 2015. *Social Media Strategies for Organizations Using Influencers Power*. European Scientific Journal.
- Kartika, Metasari dan Hendarmin. 2018. *Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Kota Pontianak*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol 7, No 1. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/JJ/article/view/24578>
- Khotimah, Nur Tuti Khusnul dan Nurhastuti. 2018. Hubungan Kampanye Digital dengan Brand Awareness. Jurnal Manajemen Komunikasi, vol 4, no 1. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/9173>
- Kulmala, M. N, Mesiranta dan P Tuominen. 2012. *Organic and Amplified E-Wom In Consumer Fashion Blog*. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal Vol 17 No 1. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13612021311305119/full/html>
- Ledbetter, E. 2017. *The Change In Influencer Marketing From PR Strategy*. Diakses pada 20 Januari 2022 pukul 15.09 dari <https://carusele.com/author/erin-ledbetter/page/2/>
- Makikama, Steafany. 2021. *Pengaruh Efektivitas “Pesanlah dari McDonald’s” Terhadap Citra Merek Burger King = Effectiveness Campaign of “Pesanlah Dari McDonald’s” Toward to Burger King’s Brand Image*. Tesis. Tangerang: Universitas Pelita Harapan.
- Malnik, Jessica. 2020. *Metrik Instagram Yang Harus Dilacak Setiap Pemasar Pada Tahun 2021*. Diakses pada 29 Januari 2022 pukul 11.32 WIB dari <https://databox.com/instagram-analytics-metrics>

- Mariana, Dina dan Lydia Salsabila. 2021. *Menparekraf Dukung Konsep Wisata di Kalimantan Barat*. Diakses pada tanggal 15 Januari 2022 pukul 13.24 WIB dari <https://kumparan.com/hipontianak/menparekraf-dukung-konsep-pariwisata-di-pontianak-1vawWsk8eXH>
- Mavrck. 2016. *What Is Micro Influencer?*. Diakses pada 16 Maret 2022 pukul 17.04 WIB dari <https://www.mavrck.co/what-is-a-micro-influencer/>
- Mayasari, Ira dan Adrian Sesar Pasaribu. 2021. Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Pontianak Kalimantan Barat. *Jurnal Pendidikan dan Perhotelan*, Vol 1 No 1. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpp/article/view/20068>
- Musliadi, Rivaldi Ade. 2019. *Jumlah Presentase Berdasarkan Keberagaman Suku di Kota Pontianak*. Diakses pada 10 Januari 2022 pukul 10.38 WIB dari <https://pontianak.tribunnews.com/2019/06/27/jumlah-prosentasi-berdasarkan-keberagaman-suku-di-kota-pontianak>
- Nasution, S. 2014. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nielsen. 2013. *Global Trust In Advertising and Brand Messages*. Diakses pada 16 Januari 2022 pukul 13.29 dari <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2013/global-trust-in-advertising-and-brand-messages/>
- Nuryadi, dkk. 2017. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Pratama, Satria Artha dan Rita Intan Permatasari. 2021. *Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Progress*, Vol 11 No 1. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiah-progress/article/view/600>
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Stone, Gerald, M. Singletary dan V. P Richmond. 1999. *Clarifying Communications Theories: A Hand-on Approach*. Ames AS: Iowa State University.
- Sugiharto, Shiya Azi dan Maulana Rezi Ramadhana. 2018. *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek*. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* vol VIII No. 2. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/1333/944>
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukandarrumidi. 2008. *Dasar-dasar Penulisan Proposal Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajahmada University Press.

Suyono. 2018. *Analisis Regrresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

Venus, Antar. 2019. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Vredembregt, Jacob. 1978. *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.

Wahid, Umaimah dan Anggun Eka Puspita. 2017. *Upaya Peningkatan Brand Awareness PT Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations*. *Jurnal Komunikasi* vol 9 no 1.  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/265/641>

Windahl, S. B.H Signitzer dan J.T Olson. 1992. *Using Communication Theory*. Newbury Park: Sage Publication.

