

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- BADAN PUSAT STATISTIK . (2020). *JUMLAH PENDUDUK DI INDONESIA*. Retrieved from BADAN PUSAT STATISTIK : <https://www.bps.go.id>
- Bitner, Z. &. (2013). *Services Marketing*. Boston: McGraw-Hill.
- CenterKlik.com. (2019). *5 ALASAN MENGAPA VIDEO SANGAT BAGUS UNTUK PEMASARAN*. Retrieved from CeterKlik: <https://www.centerklik.com/alasan-video-bagus-untuk-pemasaran/>
- Chaffey, D. (2000). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practic*. united kingdom: person education limited.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design* . Pustaka Pelahar .
- Cross, M. (2013). *Social Media*. Syngress.
- detikhealth. (2010). *health.detik.com*. Retrieved 11 22, 2019, from otak lebih suka gambar dan warna: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-1404800/otak-lebih-suka-gambar-dan-warna>
- Dewi, R. P. (2019). Studi Kasus Metode Penelitian Kualitatif.
- Diana Fitri Kusuma, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. 3.
- Duncan Brown, N. H. (2008). *Influencer Marketing* . B/H.
- Elizabeth Depoy, L. N. (2015). *Introduction to Reaseach* . Elsevier.
- F.Engel, J. (1995). *Perilaku konsumen* . Binarupa Aksara.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Gudnanto, S. R. (2011, 05 17). *Pemahaman Individu*. Nora Media Enterprise. Retrieved from Pakar Komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-studi-kasus-menurut-para-ahli>
- Gunelius, S. (2015). *Content Marketing* . Andi.
- Hanindharputri, M. A. (2019). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand*. Denpasar: Seminar Nasional Sandyakala.
- Hanindharputri, M. A. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- J.Moleong, L. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Johar, D. S. (2015). PENGARUH AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP EFEKTIFITAS IKLAN ONLINE. 3.
- Keller, K. &. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Pearson.
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Management*. pearson.
- Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Pearson.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: Indeks.
- Kotler, P. (2007). *principle marketing*. prentice hall international inc.
- Kurniawan, A. (2019, 11 14). *17 Definisi, Pengertian Teknologi Menurut Para Ahli Dan Perkembangannya*. Retrieved from <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-teknologi/>.

- kurniawan, A. (2020, 1 28). *Pengertian Media Sosial – Sejarah, Fungsi, Peran, Jenis, Ciri, Pertumbuhan, Dampak, Para Ahli*. Retrieved from <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-media-sosial/>.
- M.Pd, D. D. (2013). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- M.Si, D. (2012). *Penelitian Kuantitatif*. Media Perkasa.
- M.Si, D. R. (2016). *Sosial Media*. Simbiosis Rekatma Media.
- Philip Kotler, K. K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks .
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Alfabeta.
- Prihatsani, U. (2018). Menggunakan Studi Kasus Sebagai Metode Ilmiah Psikologi. *Unika Prihatsani*.
- Prihatsanti, U. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi . *Buletin Psikologi* , 130.
- Prof. Dr. H Afifuddin, M. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pustaka Setia.
- Satibi, D. I. (2011). *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Ceplas.
- Scott, J. (2013). *Teori Sosial* . Kompas .
- Seis, O. (2021). *Optik Seis* . Retrieved from Optik Seis: <https://www.optikseis.com/aboutus.php>
- Soetomo, G. t. (2018, 06 04). *80 Juta Orang Ri Pakai Kacamata* . Retrieved from Detik.Finance : <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-950573/80-juta-orang-ri-pakai-kacamata-potensi-pasar-optik-rp-6-t>
- Spradley, J. P. (2007). *Metode Etnografi*. Tiara Wacana.
- Subagyo, P. J. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Rineka Cipta.
- Sugiharto, S. A. (2018). *Pengaruh Kredibilitas Influencer terhadap sikap pada merek*. Shiyazi.
- Sugiyono, P. D. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabet.
- Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* . ANDI.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Walgito, B. (2017, 5 12). *5 Pengertian Studi Kasus Menurut Para Ahli*. Retrieved from Pakar Komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-studi-kasus-menurut-para-ahli>
- Widyoko, P. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Yin, R. K. (2013). *Studi Kasus (Desain & Metode)*. Rajawali.
- Yona, S. (2006). *Penyusunan Studi Kasus*. 77.