

DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, V., Arya, V., & Gupta, P. (2023). *Social Media Analytics*. Nirma University.
- Cahyono, Y. (2020). Pengaruh Social Media Marketing dan User Generated Content (UGC) terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime pada Generasi Z di TikTok. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing: Strategi Memaksimalkan Media Sosial untuk Lejitkan Penjualan*. Yogyakarta: Diva Press. ISBN 978-623-293-311-8.
- Harahap, B. (2020). *Urgensitas jurnalistik media sosial WhatsApp pada mahasiswa*. Jurnal Riset Tindakan Indonesia (JRTI), 10(1), 1-10.
- Hidayatullah, S. (2020). *Memahami Jenis-Jenis Media Sosial*. Marketing Craft.
- Khumar, P., & Sharma, S. (2020). *Role of User Generated Content (UGC) in Digital Marketing*. International Journal of Management, Technology and Engineering, 10(6), 1234-1240.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis skripsi, tesis, dan riset media* (edisi revisi). Jakarta: Kencana.
- Lyrid, A. (2024). *Digital marketing metrics: Understanding impressions, reach, and engagement*. Jakarta: Media Digital Publishing.
- Marlena, N. (2022). Pengaruh user generated content dan e-wom pada aplikasi TikTok terhadap purchase intention produk fashion. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 4(2), 289–298.
- Marr, B. (2020). *Social media engagement: How to measure and improve it*. Wiley.
- Oktavinotoro, C. (2020). *Peran konten kreator dalam perancangan video Instagram Liquid Group Yogyakarta* [Laporan Kerja Praktik]. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM).
- Pratama, B. D., & Naryoso, A. (2022). Branding media online awal.id sebagai media pengabar berita terpercaya. *Interaksi Online*, 10(3), 195-210.
- Purba, H., Sari, D. K., & Hutabarat, R. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Teori dan aplikasi*. Medan: Pustaka Ilmu.

- Rahman, T. (2019). *Pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening* (Tesis). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rofiki, A. (2022). *Metode penelitian kualitatif: Pendekatan praktis untuk riset sosial dan pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Salmiah, S. (2020). *Strategi pemasaran digital melalui Instagram untuk meningkatkan engagement pelanggan*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(1), 1-15.
- Santika, F. D., & Wibowo, S. (2021). *Pengaruh promosi online melalui media sosial Facebook dan Whatsapp terhadap peningkatan penjualan* [Studi kasus]. e-Proceedings of Applied Science, 7(6).
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (edisi 28). Bandung: Alfabeta.
- Wenas, R. S. (2020). *Pengaruh bauran promosi, kesadaran merek dan persepsi nilai terhadap minat beli di Bukalapak pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 8(4), 112.
- Winarto, A. J. (2023). *Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran jasa dalam upaya mendukung peningkatan perekonomian pada UMKM Pemancingan Kelapa Gading Rembang* (Studi sosial media marketing pada Instagram UMKM Kelurahan Rembang). Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis (JEKOMBIS), 2(3), 76-86.