

DAFTAR PUSTAKA

- Antika, E., & Tunggal, A. P. (2021). Strategi Komunikasi Kampanye "Adopt dont Buy" Komunitas Adopsi di Kota Yogyakarta Tahun 2018-2020. *Jurnal Audiens*, 36.
- Bly, R. W. (2020). *The Content Marketing Handbook: How to Double The Results of Your Marketing Campaigns*. California: Entrepreneur Media, Inc.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Duncan, T. (2008). *Principles of advertising and IMC*. Boston: McGraw-Hill.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hisam sam. (2018). "Digital Marketing"; Pengertian Menurut Para Ahli & (Manfaat - Kelebihan - Kekurangan).
- Hollifield, C. A., Wicks, J. L., Sylvie, G., & Lowrey, W. (2016). *Media Management; A Casebook Approach Fifth Edition*. New York: Routledge.
- Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat Kepercayaan Generasi Z terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 171.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management: 15th Edition*. Edinburgh: Pearson Education Inc.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group.

- Kriyantono, R. (2012). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 7(3).
- Malhotra, N. K., Hunan, D., & Birks, D. F. (2017). Marketing Research: An Applied Approach, 5th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Masitha, R. U., & Bonita, E. A. (2019). Pengaruh Digital Campaign Web Series SORE Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Tropicana Slim Stevia di Kalangan Remaja-Dewasa Muda. Jurnal Riset Komunikasi, 151.
- Puntoadi, D. (2011). Menciptakan Penjualan via Social Media. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Putri, S. D., & Fithrah, D. S. (2017). Pengaruh Online Marketing Campaign #SamyangChallenge Terhadap Consumer Behavior Digital Natives Pengguna Youtube Indonesia. Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 132-141.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, Muri. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.
- Venus, A. (2018). Manajemen Kampanye. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A