

DAFTAR PUSTAKA

- Apriandi, N. D., Soleh, A., & Irwanto, T. (2023, Juli 2). *Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire Dan Action) Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Kota Bengkulu*, 2(2), 192.
- Azzariaputrie, A. A., & Avicenna, F. (2023, Januari). *Pengaruh Content Marketing TikTok terhadap Customer Engagement (Studi Kuantitatif pada Akun TikTok Silver Queen Selama Masa Campaign Banyak Makna Cinta)*, 1(2).
<https://netnografiikom.org/index.php/netnografi/article/view/11/11>
- Isroissholikhah, W. O. (2022, Desember). *EFEKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM STRATEGI PROMOSI DI ERA DIGITAL*, 2(1).
<https://www.publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/507/436>
- Kemp, S. (2024, Februari 21). *DIGITAL 2024: INDONESIA*. Retrieved April 27, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kusumastuti, A. D., & Devi, A. O. T. v. (2022, Januari). *STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK MELALUI PENDEKATAN UNIQUE SELLING POINT DALAM MENUNJANG EKSISTENSI BISNIS HNI HPAI*, 15(1), 32.
<https://www.jurakunman.stiesuryanusantara.ac.id/index.php/jurakunman/article/view/88/88>
- Moudy, C. D., & Winduwati, S. (2023, Mei 05). *Strategi Personal Branding Kreator Konten TikTok dalam Mengembangkan Citra Diri Positif*.
- Mufidah, M. K. (2023). *Jurnal Dinamika. Peran Content Creator Media Sosial dalam Perspektif Sosiologi Komunikasi di Era Endemi Covid-19*, 4(1).
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial*

Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening Di Surabaya), 4.

<https://yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/view/2498/1389>

Putriani, W., Endang, A., & Narti, S. (2023, Juli 30). *TIKTOK SEBAGAI MEDIA KREASI OLEH KONTEN KREATOR DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK.* <http://159.223.71.124/index.php/jsb/article/view/106/142>

Riyanto, A. D. (2024, Februari). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024.* Retrieved April 27, 2024, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Rizky, T. F., & Putri, W. Y. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI CONTENT CREATOR @joeel DALAM MENAMPILKAN CITRA KOTA JAKARTA MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM,* 5(1).

Swami, Y. K. (2023, Februari). *Why Every Business Needs a Digital Marketing Strategy,* 5.

