

DAFTAR PUSTAKA

- Arya, S. M., & Pratama, I. A. (2022). *Strategi Viral di TikTok: Panduan Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Bisnis*. 2, 5.
- Cindy Mutia Annur. (2024). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>
- Dewi, R., 1✉, E., Helfi, Y., Program, S., S1, M., & Ekonomi, F. (2023). Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten Live Streaming Tiktok Untuk Memasarkan Produk Affiliate. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 3400–3412.
- Diaz, O., Azizah, U., & Rafikasari, F. (2021). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN @SOUVENIRMURAH_TA DI MASA PANDEMI*. 1(1).
- Dr, Suherman, S., Kom, M. M., Hadion Wijoyo, S. E., Sos, S., Pd, S., Ak, M. M., & Ca. (2020). *DIGITAL MARKETING*.
- Emanuel, C., #1, T., Gantini, T., Ferdian, S., & #3, S. (2023). *Analisis Brand Awareness Pada Brownitz Dengan Menerapkan Metode AIDA* (Vol. 5).
- Hartatik Hartatik, A. Y. R. E. E. I. R. M. A. A. L. P. R. A. R. Z. E. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP*.
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=uHLXEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Era+digital+yang+ditandai+dengan+meningkatnya+kemajuan+teknologi+digital+dan+internet+telah+merevolusi+cara+kita+berkomunikasi,+menjalankan+bisnis,+mengakses+informasi,+dan+berinteraksi+dengan+dunia+\(A.+Y.+Rukmana,+Rahman,+et+al.,+2023\)&ots=Pfs9EZEheZ&sig=6Wr-h8OnA-ZQG-mmXLgyHlradjk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=uHLXEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Era+digital+yang+ditandai+dengan+meningkatnya+kemajuan+teknologi+digital+dan+internet+telah+merevolusi+cara+kita+berkomunikasi,+menjalankan+bisnis,+mengakses+informasi,+dan+berinteraksi+dengan+dunia+(A.+Y.+Rukmana,+Rahman,+et+al.,+2023)&ots=Pfs9EZEheZ&sig=6Wr-h8OnA-ZQG-mmXLgyHlradjk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

- Kompetif, J. B. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Berbelanja Online Pada Media Instagram (Studi kasus : Mahasiswa STIE Persada Bunda di Pekanbaru) (Nefrida; Riati; Riyadi Mustofa)* (Vol. 1, Nomor 2). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social->
- Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening Di Surabaya). Dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Nomor 4). <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.
- Ni Putu Aprilia Dewi, F. F. I. M. S. (2023). *Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee*.
- Rachmawati, S. D., Andjarwati, A. L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (t.t.). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya))*.
- Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.
- Social, W. A. (2024, January 1). We Are Social 2024. Diambil kembali dari wearesocial.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>

Wong, A., Kee, A., & Yazdanifard, R. (2015). The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 2(9). www.ijmae.com



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA