

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, A. (2019). *Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari*.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5582>
- Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram @Modalku melalui Digital Marketing
https://www.researchgate.net/publication/357530798_Peran_Social_Media_Specialist_dalam_Meningkatkan_Promosi_dan_Citra_Syariah_di_Akun_Instagram_Modalku_melalui_Digital_Marketing
- Ernawati, R. R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021, Oktober). *nalisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta*, 4.
<https://jurnal.umk.ac.id/index.php/bmaj/article/download/6663/2912>
- Virginia, E. V., & Samadi, R. L. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI)*.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/43524/38187>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (n.d.). *Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital*.
<https://ejurnal.undana.ac.id/index/index.php/JIKOM/article/view/5150>
- Pradnya, P. K., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). *Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age)*, 1. <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/download/102/89/799>
- Warpindyastut, L. D., & Sulistyawati, M. E. S. (2018, Maret). *Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana*

Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta, II.
<https://www.neliti.com/id/publications/490582/pemanfaatan-teknologi-internet-menggunakan-media-sosial-sebagai-sarana-penyebara>

Yusuf, F., Rahma, H., Rahmi, S., & Lismayan, A. (2023). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA*, 2. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>

Sayugi. (2018, September). *Content Creator, Apa sih artinya?*.
<https://grproject.tech/2018/02/14/content-creator-apa-sihartinya/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Upper Saddle River.

Chaffey, D., Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing Strategy 7th Edition: Implementation and Practice*.

Freberg, J. K. (2018). *Social Media For Strategic Communication Creative Strategies and Research Based Application*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*.

Rana, P. N., Slade, L. E., Sahu, P. G., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., Gutierrez, A., Dwivedi, Y. (2020). *Digital and Social Media Marketing: Emerging Applications and Theoretical Development*.

Ostelwalder, Alexander, & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.

Looy, V. A. (2022). *Social Media Management 2th Edition: Using Social Media as a Business Instrument*.

Moriuchi, E. (2019). *Social media Marketing Strategies in Utilizing Consumer - Generated Content 2 Edition*.