

## DAFTAR PUSTAKA

- Firlyana, F. (2023, March 6). Media Sosial: Pengertian, Fungsi, dan Jenisnya. © 2024 *Dailysocial.id*. <https://dailysocial.id/post/media-sosial-adalah>
- Alviera, E., & Aulia, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial @Lasolange\_ di Instagram. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 2(1), 62–79. <https://doi.org/10.35814/publish.v2i1.4796>
- Isroissholikhah, W. O. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121–128.
- LSPRNews. (2023, Juni 6). Content Creator: Mengubah Passion Menjadi Cuan. Diambil kembali dari LSPR: <https://www.lspr.ac.id/apa-itu-content-creator/>
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Pendahuluan*. 8, 741–773.
- Putri, Y. A., & Junaidi. (2020). PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN KONSUMEN DI SANDANG MAS INDONESIA. *Jurnal Network Media*, 3(2), 77-81.
- Rahmana, P. N., Putri, D. A., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z. *Akademika*, 11(02), 401–410. <https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>
- Saragih, L., & Tarigan, W. J. (2020). Keputusan Pembelian On - Line Melalui Sosial Media Pemasaran Usaha Mikro Dan Kecil Sebuah Pendekatan Literatur. *MANAJEMEN : JURNAL EKONOMI USI*, 85-92.
- Waskithoaji, Y., & Darmawan, B. A. (2022). Peran Teknologi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Umkm. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(2), 223–237
- Wijaya, W. T., & Dewi, I. C. (2023). DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KIMO RESORT PULAU BANYAK ACEH SINGKIL. *JIMEA (Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 7(3), 1793- 1812
- Tuten, T. L. (2020). *Social media marketing*. SAGE.
- Wiranata, T. D., & Hasanudin, C. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Instagram sebagai Sumber Informasi di Era Teknologi Digital. *Prosiding Seminar Nasional Daring Unit Kegiatan Mahasiswa Jurnalistik (Sinergi) IKIP PGRI Bojonegoro*, 862–874. <https://prosiding.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/SND/article/view/1764>
- Schaffer, N. (2020). *The age of influence: The Power of Influencers to Elevate Your Brand*. HarperCollins Leadership.

Halligan, B., & Shah, D. (2009). *Inbound marketing: Get found using Google, social media, and blogs*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB01615191>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Prentice Hall.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.

Leahy, R., Fenton, P., & Barry, H. (2022). *Experiential marketing: Integrated Theory & Strategic Application*. SAGE.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management*. Pearson.