

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Hall, J. (2017). *Top of Mind*. McGraw-Hill Education eBooks.
- Joe P. (2016). *Content Inc* . McGraw Hill LLC.
- Kingsnorth, S. (2016). Mudah Memahami Manajemen Risiko Perusahaan. In *Kogan Page Limited Apart*.
- Kissane, E. (2011). *The Elements of Content Strategy*.
- Prahendratno, Antonius, Z. E. (2023). *Buku Ajar Bisnis*.
- Ummah, M. S. (2011). The Best Digital Marketing Campaigns In The World. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).

Jurnal Ilmiah:

- Amelia, A. R., & Widyawati, A. V. (2024). Faktor Keberhasilan Kampanye Facebook ADS : Perspektif Para Praktisi Meta Advertising. *Jurnal Marketing*, 5, 353–358.
- Dewi, I. R., & Bachtiar, W. (2025). Strategi Komunikasi Digital Melalui Produksi Konten Video Oleh Content Creator di Redaksi Suara . com Digital Communication Strategy Through Video Content Production by Content Creators at Suara . com Editorial Team. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(5), 2517–2531.
- Hidayat, C. S. S., Hidayat, A. M., Widodo, A., & Rubiyanti, N. (2025). The Influence of User-Generated Content (UGC) on Generation Z Purchase Decisions on E-Commerce Platforms Pengaruh Konten User-Generated Content (UGC) pada Keputusan Pembelian Generasi Z di Platform E-Commerce. *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 4(6), 1537–1552.
- Kurniasari, Meatry; Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, 7(5), 1–2.

- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.
- Nisrina, R. G. (2021). User generated content sebagai strategi komunikasi pemasaran digital: studi kasus fenomena #shopeehaul. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(6), 558–571.
- Ohara, M. R., Albeta, F. R., Karneli, O., & Aprilla, V. R. (2025). Psikologi Konsumen dalam Era Digital : Analisis Literatur tentang Peran Emosi dalam Digital Advertising dan Brand Attachment. *Jurnal Minfo Polgan*, 14, 18–27.
- Pratama, A. Y., & Riofita, H. (2025). Pentingnya Storytelling Dalam Strategi Content Marketing. *Student Scienti?Ic Creativity Journal*.
- Sabila Zata Amani, Nur'annafi Farni Syam Maella, Harliantara, I. J. P. (2023). The Impact Of Copywriting And Facebook Ads Content Design On Indonesian Purchase Intentions. *Komunitas Pendidikan Tinggi & Cendekiawan Nusantara*