

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkar, M. F. (2024). Strategi Content Management dalam Meningkatkan Keterlibatan Konsumen di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 12(1), 45–57.
- Ain, Q. F. (2024). Peran Digital Marketing dalam Membangun Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pemasaran Modern*, 9(2), 89–102.
- Coolvita. (2024). Profil Produk dan Strategi Pemasaran Cool Vita Collagen Gummy. Diakses dari <https://www.coolvita.id>
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fahimah, U., & Fitria, D. (2024). Efektivitas Strategi Content Marketing pada Produk Suplemen Kesehatan di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 8(1), 33–50.
- Hardi, J. (2021). Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Pasca Pandemi: Studi Kasus Indonesia. *Jurnal Sosial dan Kesehatan*, 6(2), 112–123.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Polity Press.
- Morris, T., & Anderson, B. (2021). *TikTok Cultures in the United States*. Routledge.
- Mulyana, D. (2020). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nafsi, F. S., & Kusuma, Y. B. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce di Era Pasca Pandemi. *Jurnal Bisnis Digital Indonesia*, 11(3), 77–89.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Putra, B. P., & Yuliana, R. (2021). Pengaruh Manajemen Konten Terhadap Engagement Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 123–134.
- Rahmah, S., & Suherman, D. (2023). Pengaruh Konten Video Edukatif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Platform TikTok. *Jurnal Media Digital*, 10(2), 120–138.

- Riyanto, S. (2021). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dalam Meningkatkan Keefektifan Kerja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 12–20.
- Sasmita, R., & Suryani, T. (2017). The Influence of Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty in the Context of Youth Smartphone Users. *Asia Marketing Journal*, 19(3), 69–85.
- Utami, A., & Nasution, P. (2023). Persepsi Konsumen Terhadap Produk Kesehatan dalam Platform E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 56–70.
- Wardana, L. A., & Mukharomah, I. (2023). Transformasi Digital Marketing: Analisis Strategi Branding di Media Sosial. *Jurnal Pemasaran Digital*, 7(1), 25–40.
- Wu, S., Rizoiu, M.-A., & Xie, L. (2017). Beyond Views: Measuring and Predicting Engagement in Online Videos. *arXiv preprint arXiv:1709.02541*.

