

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew N. Smith, E. F. (2012). How does brand-related user generated content differ across Youtube, Facebook and Twitter? *Journal of interactive marketing* 26, 102-113.
- Berlianto, J. P. (2020). Analisis perilaku konsumen terhadap niat membeli melalui sikap dan intention to engage pada media sosial. *Journal of management and business review vol.17, No.2*, 137-154.
- Faradiba, D. (Februari, 2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran:Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 22-38.
- Hanako fatimah pertiwi, E. Z. (Juli 2021). Analisis pengaruh komunikasi E-WOM terhadap Brand Equity dan Purchase Intention pada luxury fashion item e-commerce Banananina di media sosial instagram. *Syntax literate: Jurnal Ilmiah Indonesia Vol.6 No.7*, 3245-3259.
- Jackson, E. H. (Maret 2021). Analisis Key Opinion Leaders di Media Sosial dalam Membentuk Opini Khalayak. *Koneksi Vol.5, No.1* , 90-97.
- Ma'ruf, T. K. (April 2020). Pengaruh strategi komunikasi media sosial instagram terhadap brand equity, brand attitude dan purchase intention. *Jurnal manajemen komunikasi Vol.4 No.2*, 1-18.
- Mira Mayrhofer, J. M. (agustus 2019). User Generated Content presenting brands on social media increases young adults purchase intention. *International Journal of advertising : The review of marketing communications*, 1-21.
- Murtiyanto, P. M.-&. (Juni 2020). Pengaruh gaya hidup dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk Erigo. *Jurnal aplikasi Bisnis Vol.6 No.1*, 105-108.

- Novalia, A. S. (november 2021). Pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media promosi untuk meningkatkan brand awareness (Studi kasus pada PT Es Teh Indonesia). *jurnal akrab juara vol 6 nomor 4*, 84-98.
- Rannie Dyah Khatamisari Rachaju, D. A. (September 2021). Instagram stories sebagai media aktualisasi diri. *Dialektika: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.8 No.2*, 177-196.
- Ribka Elisabet Sihotang, R. M. (April 2020). Pengelolaan User-Generated Content sebagai strategi promosi dalam meningkatkan brand awareness pada akun instagram @thehousetourhotel. *e-proceeding of management : Vol.7, No.1*, 1805.
- Syahrul Hidayanto, i. (Oktober 2019). Youtube vlog: Lahirnya era user-generated content dan industri vlog di indonesia. *Jurnal ilmiah ilmu komunikasi Communique vol.2 No.1*, 18-34.
- Tuti Widiastuti, A. A. (Maret 2022). Social Media Optimization Strategy for Local Fashion Brand Development. *Nyimak Journal of Communication Vol.6 No.1*, 55-75.
- umbara, F. W. (2021). User-Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis. *Jurnal manajemen strategi dan aplikasi bisnis Vol.4 no.2*, 572-581.
- Yogyakarta, T. M. (2017). *From Citizen to netizen: arah baru media daring*. Daerah Istimewa Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).