

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, D. (2012). *Pendidikan Teknologi Informatika dan Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). View of Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1 No.4*, 178–190. file:///C:/JURNAL/View%20of%20Pengaruh%20Content%20Marketing%20dan%20Electronic%20of%20Mouth%20pada%20Platform%20TikTok%20terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20di%20Shopee.pdf
- Fattah, R. A., & Sujono, F. K. (2020). Social Presence of Ruangguru in Social Media during Covid-19 Pandemic. *Jurnal The Messenger, 12(2)*, 180. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v12i2.2276>
- Gamble, S. (2016). *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Willey.
- Griffin, E. (2006). *Communication Theory*. Mc. Gram Hill.
- Hadijah Arnus, S. (2015). *Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi* (Vol. 8, Nomor 2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed). New Jersey, NJ: Pearson Education Limited.
- Littlejohn, S. W., & Foss, Kate. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory* (Edisi 2009). United States: Sage Publication.
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (t.t.). *Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok di Wilayah DKI Jakarta*. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (2023). *Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok di Wilayah DKI Jakarta*.
- Muanas, A. (2014). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Vol. 3 No. 12*.

- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*.
- Setiawan, Y., Zulkarnain, & Nurjanah. (2020). Pengaruh Komunikasi Berbasis Komputer terhadap Kualitas Pelayanan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Riau. *Jurnal Riset Komunikasi, Volume 3*(Nomor 1), 1–15. file:///C:/JURNAL/88-Article%20Text-396-5-10-20200224.pdf
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management, 11*(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Situmeang, I. V. O. (2021). Pengaruh Daya Tarik Content Marketing dan Content Riview terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Followers Akun @msglowbeauty). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. IV, No. II*, 265–276. file:///C:/JURNAL/document.pdf
- Sulastri, R., Retno Wulan, R., & Nasionalita, K. (2016). *Efektivitas Media Internal Internet sebagai PemenuhanKebutuhan Informasi Karyawan PT. Bio Farma (persero)*.
- Surianto, E. J., Savitri, L., & Utami, S. (2021). *Pengaruh Komunikasi Persuasif melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing)* (Vol. 5, Nomor 2).
- Surianto, E. J., & Utami, L. S. S. (2021). *Pengaruh Komunikasi Persuasif melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing)* (Vol. 5, Nomor 2). file:///C:/JURNAL/jurnaladm,+382.+10218-P-Ellyvia+Jesslyn+Surianto.pdf
- Thurlow, Crispin, Laura, L., & Alice, T. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. SAGE Publication Inc.
- Tu, C. H., & McIsaac, M. (2002). The Relationship of Social Presence and Interaction in Online Classes. *International Journal of Phytoremediation, 21*(1), 131–150. https://doi.org/10.1207/S15389286AJDE1603_2
- Yazgan Pektas, s, & Hassan, A. (2020). The effect of digital content marketing on tourists' purchase intention. *Journal of Tourismology, 79–88*.