DAFTAR PUSTAKA

Nisrina, R. G. (2021). User generated content sebagai strategi komunikasi pemasaran digital: studi kasus fenomena #shopeehaul. *Jurnal Komunikasi Profesional,* 5(6), 558-571.

Andi Dwi Riyanto. (2024, 21 Februari). Dalam *Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024.* Diakses pada 25 Februari 2025, dari https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/

Garuda Website. (2024, 28 November). Data Pengguna Instagram 2024 Indonesia No. 4 Terbanyak Dunia. Garuda Website. Diakses pada 25 Februari 2025, dari https://www.garuda.website/blog/data-pengguna-instagram-2024-indonesia/

Alhamid, T. & Anufia, B. 2019. Resume: Instrumen Pengumpulan Data*. Jurnal Ekonomi Islam.*

Ardiansyah, Risnita & Jailani, M.S. 2023. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam, 1(2): 1–9.*

Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of Marketing Research, 43(3), 345-354.*

Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi. (2024). Ulasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Musytari: *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 12(1), 45-58.*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson. Tambahkan penerbit dan kapan dicetak.

Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran (5th ed.). Andi. Tambahkan penerbit dan kapan dicetak.

O'Hern, M. S., & Kahle, L. R. (2013). The Empowered Customer: User-Generated Content and the Future of Marketing. *Global Economics and Management Review,* 18(1), 22–30. https://doi.org/10.1016/s2340-1540(13)70004-5.

Stevanov, B., Gračanin, D., Suzić, N., & Tešić, Z. (2017). Visibility of Industry 4.0 on social networks. In *XVII International Scientific Conference on Industrial Systems(IS'17*) (Vol. 1, pp. 78-83).

Zarrella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. O'Reilly Media.

Brodie, R. J., et all (2011). Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Service Research,* 14(3), 252-271.

Hollebeek, L. D. (2011). Exploring Customer Brand Engagement: Definition and

Themes. *Journal of Strategic Marketing,* 19(7), 555-573.

Van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions. *Journal of Service Research,* 13(3), 253-266.

Xie, K. L., Zhang, Z., & Zhang, M. (2014). The business value of social media: A perspective from the user-generated content. International Journal of Hospitality Management, 43, 1–12.

Sari, D. K., & Wibowo, A. (2022). Pemanfaatan *User-Generated Content* dalam Strategi *Digital Marketing* UMKM. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 3(1), 45–56.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2012). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (6th ed.). Pearson Education.

Mulyadi. (2015). *Pengantar Administrasi Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.