

DAFTAR PUSTAKA

- Christiarini, R. (2024). Analisa Faktor Pengaruh Purchase Intention Melalui *Engagement* Sebagai Mediasi dan Brand Equity Sebagai Moderasi Pada Pengguna Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Sains*.
- Hidayat, K. (2024, Oktober 26). *Struktur Organisasi Perusahaan: Pengertian, Tujuan, dan Contoh Lengkap*. Diambil kembali dari Finetiks: <https://www.finetiks.com/blog/struktur-organisasi-perusahaan-pengertian-jenis-tujuan>
- Mayasari, D. (2023, Agustus 16). *Pengusaha Wajib Tahu, Apa Itu CV, Kelebihan dan Syarat Mendirikannya*. Diambil kembali dari TIMES Indonesia: <https://timesindonesia.co.id/news-commerce/464984/pengusaha-wajib-tahu-apa-itu-cv-kelebihan-dan-syarat-mendirikannya>
- Mubarok, S. M. (2023). Peranan Konten Vlog dalam Youtube Steve Jou terhadap Perilaku. *Jurnal Sosial Dan Humaniora* , 163-164.
- Nurjanah, S. (2025). Menguji Pengaruh Kualitas Integrasi dalam Model Kesuksesan Sistem Informasi Studi Kasus: Platform E-Commerce . *Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*.
- Satriyonegoro, B. W. (2024). Social Media User's *Engagement's* Function And Measurements On Marketing Communication 4.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Surbakti, M. (2024). PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP *ENGAGEMENT*, BRAND TRUST DAN LOYALITAS GEN Z. *Jurnal Ilmiah Smart*, 31-32.
- Sutrisno. (2024). Pengaruh Social Media Marketingdan Customer Brand *Engagement* dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin* , 4-5.

- Ulfia. (2024). Pengaruh Media Sosial Dalam Transformasi Pemasaran Digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 11-12.
- Wati, M. (2025). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI *BRANDING* DIGITAL BAGI UMKM DI WILAYAH KEREK. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*.