

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ariyadi, W. (2019). *Jurus Jitu Menguasai Copy Writing: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Unicorn Publishing.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.
- Diamond, S., & Singh, S. (2020). *Social Media Marketing For Dummies* (4th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. PT. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*. Hidayatul Quran Kuningan.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *MARKETING 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Musman, A. (2021). *Copy Writing: Melejitkan Jualan Online dengan Kalimat yang Membujuk*. Quadrant
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV PUSTAKA SETIA.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial* (Edisi keti). PT Bumi Aksara.

Jurnal

- Adiputra, C. N. (2018). *Karakteristik Konten Digital Marketing Pada Media Sosial Bandung Makuta Cake (Studi Deskriptif Pada Platform Instagram @bandungmakuta)*.
- Almaida, F. A., & Nugrahani, R. U. (2019). Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Français Indonesia Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 15(1), 96-109.
- Beti, A. N., & Hanifa, F. H. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram@ aesthetic. bluepin Terhadap Brand Equity (studi Pada Followers Instagram@ aesthetic. bluepin Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Cornellia, A. H., & Hermawan, H. (2020). Upaya Meningkatkan Angka Kunjungan Museum Melalui Social Media Marketing –Studi Pendahuluan. *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisataaan Indonesia*, 14(1), 1-8.
- Irianto, A. P., & Sastika, W. (2021). Analisis Content Media Sosial Instagram Pada Akun@ infotelkombdg Pt Telkom Witel Bandung Tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 7(6).
- Limandono, J. A. (2017). Pengaruh content marketing dan event marketing terhadap customer engagement dengan sosial media marketing sebagai variabel moderasi di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Litmanen, H. C., & Sari, W. P. (2021). Analisis Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram@ bloomcoffeejkt). *Prologia*, 5(1), 184-190.
- Mahreiz, A. N., & Sastika, W. (2020). Tinjauan Sosial Media Marketing Melalui Instagram Pada Brand This! By Alifah Ratu Oleh Cv. Fandi Universal Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(3).
- Putri, A. T. (2021). *Analisis Dan Pembuatan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram PT. Telekomunikasi Indonesia STO Banjaran Tahun 2021*.

- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata, 1*(1), 76-83.
- Saputri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis Dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom Sto Dago Tahun 2021. *eProceedings of Applied Science, 7*(4).
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok. co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur, 9*(2), 114-128.

Website

<https://datareportal.com/> (diakses 23 Februari 2022)

<https://accurate.id/> (diakses 24 Februari 2022)

<https://wartaekonomi.co.id/> (diakses 8 Agustus 2022)