

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Nadi, Luh., Utami, Tri., & Sari, Silvia. (2021). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ryan, Damian. (2017). *Understanding Digital Media, Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. London: Kogan Page.
- Setiawan, I., & Savitry, Y. (2016). *New Content Marketing: Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. (Cetakan ke - 6). Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Cetakan ke- 1. Bandung: Alfabeta.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metodologi Penelitian: Penentuan Metode dengan Pendekatan Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Bandung: PT Refika Aditama.

Penelitian Terdahulu:

- Alif, Tryhartono (2022). *Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Angkutan Umum Perdesaan Kabupaten Dompu*. Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Amalia, Charini Debika. 2020. *Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @Llcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen*.

- Diyatma, Aris Jatmika. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar.
- Gcabashe, T. (2020). The role of content marketing on the vehicle insurance industry (Master's thesis, Faculty of Commerce).
- Isfandiari, Alisha R. (2017). Analisis Penerapan Proses Personal Selling dan Volume Penjualan di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Kantor Wilayah Bandung.
- Kraus, S., Gast, J., Schleich, M., Jones, P., & Ritter, M. (2019). Content is king: how SMEs create content for social media marketing under limited resources. *Journal of Macromarketing*, 39(4), 415-430.
- Nashiruddin, Naufal. (2021). Analisis Pengembangan Konten Media Sosial pada Akun @Pemasaran_Cmjt, Perusahaan Mandiri Jawa Tengah Tahun 2021.
- Pratama, J., & Jacky, J. (2021, September). Perancangan Dan Pengembangan Konten Video Promosi Di Instagram Pada Umkm Tempat Makan Lo Ka Ciong Cia Tang. In *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)* (Vol. 1, No. 1, pp. 398-401).
- Puspitarini, Dinda Sekar., & Nuraeni, Reni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House).
- Putri Maharani Santosa, Gracea. (2022, April). Analisis Pengelolaan Akun Instagram @ppsdm_migas (Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Minyak Dan Gas Bumi) Oleh Humas. 1-69.
- Salazar, J. M. R. (2018). The determinants of sales volume: The role content marketing. *International Journal of Contemporary Financial Issues*, 1(1), 1-14.
- Saputri, Priseha Septiana. (2021). Analisis dan Pengembangan Konten Social Media Marketing Pada Instagram Telkom STO Dago Tahun 2021.

Tafesse, W., & Wien, A. (2018). Implementing social media marketing strategically: an empirical assessment. *Journal of Marketing Management*, 34(9-10), 732-749.

Untari, Dewi., Fajariana, Dewi Endah. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik).

Yusuf, Ramayani., Hendrayati, Heny., dan Wibowo, Lili Adi. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan.

Website:

Instagram Perumdam Tirta Wijaya. (2018, June). July 22, 2022. <https://instagram.com/perumdam.tirtawijaya/>.

Kemp, Simon. (2022, February). *Digital 2022: Indonesia*. June 18, 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia/>.

Peraturan Bupati Cilacap Nomor 27 Tahun 2020 tentang Organ, Kepegawaian, dan Penggunaan Laba Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap. (2020). July 18, 2022. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/174775/perbup-kab-cilacap-no-27-tahun-2020>

United Nations. (2019, October) *The Impact of Digital Technologies*. June 18, 2022. <https://www.un.org/en/un75/impact-digital-technologies/>.