

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Amalia. (2021). *Sejarah Revolusi Industri dari 1.0 sampai 4.0*. Artikel disajikan pada <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20215.24488>.
- Wijaya, Philip Kristy dan Hermawan, Aditiya. (2018). E-Marketing Applications Based On Virtual Reality Using Sostac Planning Method On Sales Property. *Tech-E: Vol. 1 No. 2* (2018). <http://orcid.org/0000-0002-3372-8562>.
- Chaffey D, C. F. (2009). *Internet Marketing: Strateg,Implementation, and. Practice*. United States: Prentice Hall.
- Maczuga, Piotr, Karolina Sikorska, Anna Jaruga, Krzysztof Zielinski, Elisabetta Boncio, Giuseppe Cardoni, Susanna Paoni, Diana Arutjunjan, Diane Muscat, Monira Kerler, Andrea Poschalko. 2014. *Content Marketing Handbook: Simple Ways to innovate Your Marketing Approach*. Warsaw: CMEX.
- GoodStats. (2023, Februari 14). *Daftar Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 2023*. Retrieved from <https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q>
- Indonesia, C. (2022, Juni 9). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>.
- Ivo, A. C. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, Vol. 31 No 2.
- Kemenparekraf. (2023, Februari 15). *Pencapaian Target Parekraf 2023*. Retrieved from <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-pencapaian-target-parekraf-2023-perlu-ditopang-dengan-deregulasi>
- Perhutani.co.id. (2021, November 11). *Perhutani Launching Rebranding Wisata Alam Di Gunung Puntang Bandung*. Retrieved from <https://www.perhutani.co.id/perhutani-launching-rebranding-wisata-alam-di-gunung-puntang-bandung/>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna dan Endrayanto, Poly. (2020). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lou, C. X. (2019). Does non-Hard-Sell Content Really Work? Leveraging the Value of Branded Content Marketing in Brand Building. *Journal of Product and Brand Management*.

- Holliman, G. R. (2014). Business to Business Digital Content Marketing: Marketers' Perceptions of Best Practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 269-293.
- Marketing insider group (2018), *The Ultimate Guide to Content Marketing*, available at: https://go.marketinginsidergroup.com/ultimate-marketing-content-guide?utm_source=slim-banner, (accessed 1 Aug 2019).
- Adhikara, M. B. (2021). Perancangan media sosial instagram sebagai media promosi (Studi kasus pada UD Jananuraga Fish di Kota Bekasi). *Universitas Telkom*.
- Dewi, I. R. (2022, Juni 09). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* From CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com>
- Goodstats, J. D. (2022, Agustus 15). *8 Negara Pengguna Instagram Terbanyak 2022*. From Goodstats: <https://goodstats.id/>
- Goodstats, J. D. (2022, Juni 21). *Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022*. From GoodStats: <https://goodstats.id/>
- Handayani. (2020). Metode Dokumentasi. 149-150.
- Handayani, F. (2021). Analisis media sosial instagram menggunakan Promotion mix . *Universitas Telkom*.
- Kasih, M. (2021). Efektivitas promosi dengan telemarketing dan media sosial instagram terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada produk indihome Kota Padang tahun 2021). *Universitas Telkom*.
- Keller, K. (2019). Manajemen Pemasaran. 6.
- Rachma, S. A. (2022). Pengaruh content marketing instagram terhadap customer engagement (Studi kasus pada instagram CV Inspira mulia). *Universitas Telkom*.
- Sugiyo. (2019). Populasi dan Sampel. 126-127.
- Sugiyono. (2019). Variabel Penelitian. 68.
- Tjiptono, F. (2019). Pengertian Pemasaran. 1.
- Wahyuni, V. E. (2021). Implementasi Aktivitas promosi melalui media sosial instagram terhadap minat beli (Studi kasus produk Indihome Kota Padang). *Universitas Telkom*.
- Wardana. (2018). Bauran Pemasaran. 38.
- Wibowo, S. (2020). Instagram.
- Zulfikar, A. R. (2020). Pemasaran dalam media sosial. 281.