

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, D., Hastasari, C., Jalan, A., Yogyakarta, C., Malang, K., Sleman, K., & Yogyakarta, D. I. (2020). *Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok . co dalam Mempertahankan Brand Engagement Digital Content Marketing on the Social Media Instagram Account of Mojok . co in Maintaining Brand Engagement Program Studi Komunikasi , F. 9(2), 114–128.*
- Aprilia, L., Candraningrum, D. A., & Pandrianto, N. (2019). Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project). *Prologia, 3(1), 177.* <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6236>
- Dally, A., Dan Aswin, I., & Hadisumarto, D. (2020). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia •, 43(1), 44–58.*
- Daniel, J., & Rompas, W. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Rumput Laut dalam Meningkatkan Produksi di Pulau Nain Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Administrasi Publik, 4(61), 1–10.*
- Darmawan, S., & Adiwibawa, B. A. P. (2019). Pengelolaan Visual Pada Konten Instagram Sebagai Identitas Visual Otodriver. *Citrakara, 1(02), 174–179.*  
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/citrakara/article/view/3287%0Ahttp://publikasi.dinus.ac.id/index.php/citrakara/article/download/3287/1799>
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), 47–54.*  
<https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.49>
- Dewi, K. S. S., Praptono, B., & Idawicaksakti, M. D. (2023). Perancangan Perbaikan Kualitas Content Marketing Dengan Pendekatan Quality Function Deployment (Qfd) Pada Umkm Sintya21Project. *RADIAL: Jurnal Peradaban Sains, Rekayasa Dan Teknologi, 11(1), 300–310.*

- Erni Yunaida. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 801.
- Febrianoor, R., Irwansyah, I., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Miltie bubble Di Banjarmasin Yang Di Mediasi Minat Beli. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 66. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13126>
- Gusti Susmanto, F., Mutiah, R., Damayanti Rusmana, F., & Al-Amar Subang, S. (2024). Implementasi Pengelolaan E-Commerce Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 3(1), 34–49.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>
- Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Hasna, Z. I. (2023). Strategi Social Media Marketing Dan Content Marketing Terhadap Brand Image Perusahaan ( Nonna Kitchen ). *Indonesian Journal Of Business and Management*, 3(2), 698–712.
- Julyanto, M. R., & Ismail, O. A. (2023). Strategi Media Sosial Instagram Prfmnews. *Telkom University*, 10(4), 17.
- Keke, Y., & Trisakti, S. (n.d.). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Brand Awareness*. 172–186.
- Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media.*, 1(1), 69–84.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9.

<https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>

- Maryolein, S., Dwina Hapsari, N., & Oktaviani, R. C. (2019). Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Garde*, 7(1), 19. <https://doi.org/10.36080/avg.v7i1.849>
- Mutya Afisa, & Muhajirin Muhajirin. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Revlon. *Journal of Student Research*, 2(2), 210–220. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i2.2874>
- Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh content marketing instagram terhadap minat beli di masa pandemik Covid-19 (studi kasus pada sarawa.co). *E-Proceeding of Applied Science*, 7(e-Proceeding Appl. Sci.), 1–9.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Poltak, H., & Widjaja, R. R. (2024). Pendekatan Metode Studi Kasus dalam Riset Kualitatif. *Local Engineering*, 2(1), 31–34. <https://doi.org/10.59810/lejlace.v2i1.89>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Rachmi Oktora Citra Rahayu, & Hendrati Dwi Mulyaningsih. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 136–145. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.544>
- Renvilia Alungga Fahmi. (2023). *Attention, Interest, Search, Action, Share* ). 7, 190–198.
- Singgih Miyata dan Ec Eddy Madio Sutanto, N., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2019). Efektivitas Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Kristen Petra. *Agora*, 7(2), 287046.
- Trianaputri, A. C. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Dazzle Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram @Promodazzle. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3). <https://doi.org/10.21831/lektur.v4i3.18532>

- UGM, A. (2012). *Minim, Pengetahuan Masyarakat Terhadap Efek Samping Penggunaan Kosmetik*. Universitas Gadjah Mada. <https://ugm.ac.id/id/berita/4069-minim-pengetahuan-masyarakat-terhadap-efek-samping-penggunaan-kosmetik/>
- Wisnu, W., & Hapsari, P. D. (2016). Analisis AISAS model terhadap product placement dalam film Indonesia studi kasus: Brand kuliner di film Ada Apa Dengan Cinta 2. *Jurnal Rekam*, 12(2), 69–81.  
<http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewFile/1424/294>
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. In *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Vol. 53, Issue 5).  
<https://doi.org/10.1177/109634809702100108>