

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 42-47.
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa*, 7(1), 1-11.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Yogyakarta: Deepublish.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Audina, Z. (2018). *Pola Pelaksanaan Pembimbingan Klien Pemasarakatan Anak Di Balai Pemasarakatan Kelas II Pekanbaru*. Pekanbaru: Other thesis, Universitas Islam Riau.
- Azizah, S. (2021). Peran Social Media Marketing Gabag Indonesia Dalam Mempertahankan Brand Equity Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2), 173-183.
- Cucu, E. (2024, Februari 05). *Socialinsider Blog*. Dipetik Maret 12, 2024, dari Sosialinsder: <https://www.socialinsider.io/blog/social-media-industry-benchmarks/>
- Dinar, N. H., & Hanifa. (2018). Tinjauan Aktivitas Social Media Marketing melalui Instagram pada PT. Fres Indonesia Wisata (Frestour & Travel) Tahun 2018. *e-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1263-1272.
- Emzir. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Analisa Data*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Farida, N., & Thamrin, M. (2022). *Analisis Komunikasi Digital Content Marketing Pada Media Instagram@ Kopixel. id Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Studi Kedai Kopi Kopixel Jember)*. Jember: Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanan, K. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Promosi Bisnis*. Pekalongan: Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kostianti, R. A. (2022). *Pengembangan Konten Social Media Marketing menggunakan Instagram @sciencecenter_kabbdg pada SCIENCE CENTER DISPUBDPAR KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2022*. Bandung: KTI D3 Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2022). *Manajemen Pemasaran : Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lombok, E. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953-964.
- Mahendra, F. Z., & Nugroho, D. A. (2020). Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan Apparel Dengan Customer Engagement Sebagai Variable Mediasi (Studi pada Akun Instagram @authenticsid). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1-20.
- Musafiq, A. (2017). *Pengaruh promosi melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian Kopi Timboel*. Bandung: Universitas Telkom.
- Nurrohmah, F. (2022). *Pengaruh Media Sosial*. Jakarta: Skripsi. UIN Syarif Hidayatulloh.
- Pektas, S. Y., & Azize, H. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention. *Journal of Tourismology*, 6(1), 79-98.
- Pramudita, A. S. (2019). Pengaruh Insight Sosial Media Instagram Terhadap Penjualan PT Infia Niaga Digital. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 1-14.
- Putri, A. T., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis dan Pembuatan Konten Social Media Marketing pada Instagram PT. Telekomunikasi Indonesia STO Banjaran Tahun 2021. *Universitas Telkom*, 7(4), 528-534.

- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value Dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada Pegipegi Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1-12.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249-258.
- Sudarsono, H. (2002). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Syahrudin. (2019). *Implementasi Kebijakan Publik: Konsep Teori Dan Studi Kasus*. Bandung: Nusa Media.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wekke, I. S., Aris, Rizky, K., Habe, S., Mappasere, S. A., Suyuti, N., et al. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri.
- Zoehirfan, M. F., & Wulandari, A. (2024). Perancangan Strategi Periklanan dengan Konten Social Media Marketing Menggunakan Instagram @asyraaf_official pada UMKM Asyraaf Official Store Tahun 2023. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3133-3141.