

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Ariyanto , A., Bangun, R., Indillah, M. R., & Trenggana, A. F. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada .
- Aryanto, V. D., & Wismantoro, Y. (2020). *Marketing Digital Solusi Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Aziz, R. A. (2020). *Digital Marketing Content*. Solo: Amikom.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing*. UK: Pearson.
- Ginting, N. F. (2023). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Yrama Widya .
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., & et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama .
- Rachbini, W. (2023). *Transformasi Marketing-Tradisional Ke Digital*. Serang: CV. AA. Rizky. .
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rauf, A., Manullang, S. O., & et al. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Timotius, E. (2023). *Penelitian Manajemen Bisnis*. 2023: PT Penerbit IPB Press.
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri.

### Jurnal dan Tugas Akhir :

- Cahyani, A. I., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Dan Pengembangan Konten Media Sosial Marketing Pada Instagram@ Herbalhayatii Tahun 2022. eProceedings of Applied Science, 8(5).
- Damayanti, R. (2018). DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.
- Fanreza, R., & Shilvana, R. (2021, November). Melatih Pelaku Umkm Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya Mengembangkan Usaha Berbasis

- Teknologi Di Dusun Vii Manunggal. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 2, No. 1, pp. 1179-1184).
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh digital marketing pada peningkatan brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian produk coklat monggo di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409-418.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual*, 16(1), 21.
- Haryono, E. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *An-Nuur*, 13(2).
- Hidayah, P. H., & Sastika, W. (2023). Pengembangan Konten Media Sosial Instagram Narcheese Tea Tahun 2022. *eProceedings of Applied Science*, 9(2).
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian. (3.6)
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 21-34.
- Pambudi, B. S., & Suyono, S. (2019). Digital Marketing As An Integrated Marketing Communication Strategy In Badan Usaha Milik Desa (BUMdesa) In East Java. *Competence: Journal of Management Studies*, 13(2), 121-151.
- 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).
- Saroji, A., Harmini, T., & Taqiyuddin, M. (2021). Sejarah evolusi generasi internet. *Lani: Jurnal Kajian Ilmu Sejarah dan Budaya*, 2(2), 65-75.
- Shadrina, R. N., & Yoestini, Y. (2022). Analisis pengaruh content marketing, influencer, dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi

pada pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). Diponegoro Journal of Management, 11(2).

Utari, P. R. D., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Dan Pengembangan Konten Marketing Pada Akun Instagram Rsi Frozen Food Tahun 2022. eProceedings of Applied Science, 8(5).

Yuliyani, R. (2021). Implementasi Bauran Pemasaran Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo Gebang Jakarta Timur) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Yumna, R. (2022). STRATEGI KONTEN@ ZACO\_ID DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUKNYA MELALUI MEDIA INSTAGRAM. An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam, 14(2), 95-104.

Zanlex, E. (2023). Pengaruh Dimensi Pemasaran Konten Melalui Media Sosial Instagram terhadap Citra Merek Tokopedia di Jakarta Utara/Erit  
Zanlex/22190086/Pembimbing: Tony Sitinjak.

**Website :**

<https://wearesocial.com/us/blog/2024> - diakses 10 Mei 2024