

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (1991). *Managing Brand Equity -- Aaker, David A. -- New York, Toronto, New York, New York (State), 1991 -- Free Press, Maxwell Macmillan Canada, Maxwell.*
- Adawiyah, B. R., & Boer, K. M. (2023). Analisis Customer Engagement Pada Akun Media Sosial Instagram Beda Sepatunya. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1523–1540. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.368>
- Adheliana, D., & Sandy, D. (2023). Desain Content Marketing Media Sosial Guna Membangun Brand Awareness Daya Potensia Indonesia Design Of Social Media Content Marketing To Increase Brand Awareness Of Daya Potensia Indonesia. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1.
- Akbar, R., Yoga Winanda, T., Yetti, D., Rahmayani, M., Yelmi, H., Administrasi, J., Internasional, B., Kampar, P., Tengku, J., Km, M., & Indonesia, B. (2020). *Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Yourdayflower Dalam Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode SWOT.*
- Alfharezi, M. S. (2025). Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Taman Baca Melego Cimanggis. *Media Pustakawan*, 32(1), 29–42. <https://doi.org/10.37014/medpus.v32i1.5120>
- Alief, A., & Syam, A. (2024). *conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 (CC BY) International License. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Efektivitas Strategi Pemasaran Metode Giveaway Melalui Konten Kolaborasi Media Sosial Instagram: Studi Pada Usaha Kaku Food (Effectiveness of the Giveaway Method Marketing Strategy Through Collaborative Content on Instagram Social Media: Study on Kaku Food Business).*
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa, E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi. *Generics : Journal of Research in Pharmacy Accepted* : 4 Mei, 2(1).
- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). *Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar. Media Manajemen Jasa*, 9(2)..
- Armandah, F., & Hernawati, R. (2025). Analisis Personal Branding di Media Sosial. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 5(1), 83–90. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v5i1.16984>
- Aryanti, D., Herawati, M., Firjatullah, N. F., Juhaida, I. S., Latifah, A., & Kurniawan, K. S. (2022). Analisis Pengaruh Waktu Upload Konten terhadap Engagement Akun Media Sosial. In *The Journal Gastronomy Tourism* (Vol. 6, Issue 1).
- Aryanti, D., Sabila Juhaida, I., Shafira Kurniawan, K., Aryanti, D., Herawati, M., Fahira Firjatullah, N., & Latifah, A. (2022). Analisis Pengaruh Waktu Upload Konten terhadap Engagement Akun Media Sosial. In *The Journal Gastronomy Tourism* (Vol. 6, Issue 1). <https://www.researchgate.net/publication/366353099>
- Azahra, P. N., & Dewi, D. S. (2025). *Penerapan Strategi Efisiensi Biaya Endorsement Dengan Rate Card Dan Engagement Rate Dalam Kampanye Influencer Cv Avero Indonesia. Https://Doi.Org/10.30651/Jms.V10i1.25207*

- Chandra, N., & Ratnamurni, D. (2022). *Pengendalian Kualitas Produk Tahu dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)*.
- Damayanti, R. (2018). *Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram* (Vol. 5, Issue 3).
- Darimto, Y., & Sanusi, A. (2025). *Efektivitas Kualitas Konten Digital Dan Konsistensi Frekuensi Posting Terhadap Peningkatan Persepsi Pengguna Jasa Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai. In Seminar Nasional Darmajaya (No. 1, pp. 101-109)*.
- Farina Jasman, N., Razeef Abdul Razak, M., & Harun, A. (2022). Pg. 42-50 The Effectiveness of Instagram as a Marketing Tool for Naelofar Hijab | eISSN. *International Journal of Art & Design (IJAD)*, 6(1), 28–36. <https://doi.org/10.1.2022>
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran. CV. Penerbit Qiara Media*. https://www.researchgate.net/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran
- Gross, T., Hamood, A. C., Michaud, A., & Zerrouki, Y. (2024). Debunking Instagram's Algorithm-Sugarcoating. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4851736>
- Haidar, N. F., & Martadi. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Hakiki, S. N., & Sundayana, R. (2022). *Kemampuan Komunikasi Matematis pada Materi Kubus dan Balok Berdasarkan Kemandirian Belajar Siswa. Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(1), 101-110..
- Halim, N. wahda, Amin, H., & Susilawaty, F. (2024). Strategi Copywriting @Beauty.Kendari: Pendekatan Teori Aida Dalam Meningkatkan Engagement Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(1), 239–249. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.195>
- Hasanah, H. (2016). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-taqaddum*, 21-46.
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). *Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method*. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Hermawan, D., & Diana, A. (2021, January). Implementasi SPK Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Dalam Pemilihan Mekanik Terbaik. In *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)* (Vol. 5, No. 1).
- Herwanda, B., & Aji, R. (2023). Membangun Identitas Brand Melalui Konsistensi Feeds Instagram @Bawapulang.Official. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 331–344. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- Himawan, M., & Farida, S. N. (2024). Penggunaan Sosial Media Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Blitar Park. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6, 4312. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i6.1727>
- Homburg, C., Klarmann, M., & Schmitt, J. (2010). Brand awareness in business markets: When is it related to firm performance? *International Journal of*

- Research in Marketing*, 27(3), 201–212.
<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.03.004>
- Husna, O. (2024). *Pengaruh Copywriting, Content Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Mika Hijab Store Solo*. <https://journal.itbaas.ac.id/jieig>
- Ihza Imran, F., Wulandari, S., Rendra, M., & Industri Fakultas Rekayasa Industri, T. (2020). Usulan Perbaikan Program Komunikasi Pemasaran Sandal Bearpath Menggunakan Metode Benchmarking Dan Tool Analytical Hierarchy Process. In *Agustus* (Vol. 13, Issue 2).
- Irwanda, A. ade, Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis Engagement Rate pada Instagram Universitas Lancang Kuning ZONAsi. In *Jurnal Sistem Informasi* (Vol. 6, Issue 2).
- Ishak, A., Ginting, R., Suwandira, B., & Fauzi Malik, A. (2020). Integration of Kano Model and Quality Function Deployment (QFD) to Improve Product Quality: A Literature Review. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1003(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1003/1/012025>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Ltd.
- Kurniady, R., & Mungguna, W. (2013). Sistem Perbandingan dan Penyediaan Informasi Kendaraan Mobil dengan Metode AHP. *ULTIMA InfoSys*, IV(1).
- Kusuma1, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.
- Laborahima, A. B. (2024). *Analisis Implementasi Instagram Marketing Untuk Meningkatkan Customer Engagement Pada Bisnis Thrifting Raksecondbrand* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri).
- Leviana, R., & Rahmatulloh, A. (2024). *Penerapan Metode Webqual 4.0 Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Dalam Evaluasi Kualitas Website Komunitas Kumpulan Warga Sukapura (Kws) Application Of The Webqual 4.0 Method And Importance Performance Analysis (Ipa) In Evaluation Of The Quality Of The Sukapura Warga Community (Kws) Website*. 12(2).
- Malhotra, N. K. . (2017). *Marketing research : an applied orientation*. Pearson India Education Services.
- Malik, R., Alamsyah Kusumadinata, A., & Hasbiyah, D. (2023). Keragaman Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi. In *Karimah Tauhid* (Vol. 2, Issue 1).
- Manek, D., & Dewi, K. E. P. (2025). Optimalisasi Akun Instagram Dan Penggunaan Shopee Dalam Meningkatkan Engagement Audiens Pada Perusahaan Clothing Brand Gelseyrooms. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)* (Vol. 4, No. 1, pp. 186-193).
- Mangindaan, F., Saerang, D. P. E., & Tumiwa, J. (2017). Consumer Preference of..... 2426. In *Jurnal EMBA* (Vol. 5, Issue 2).

- Mardiyanto, & Giarti. (2019). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)* (Vol. 03, Issue 01).
- Mubaroq, H., & Hidayati, Y. N. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. Populika, 10(2), 54-61.*
- Muhammad Fadhil Maulana. (2024). Pengaruh Strategi Call To Action Marketing dalam Konten Tiktok dan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Kalangan Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization, 5(1), 69-81.* <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.365>
- Mulyadi, R., Sani, E., Nicholas, & Tamara. (2023). Pengaruh fitur-fitur Instagram terhadap pemasaran Supp.Id pada platform social media Instagram. *Journal of Social Science and Digital Marketing (JSSDM), 3(1), 1-8.*
- Nabil, M., Ghufro, & Sugandi. (2021). *Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Pada Akun Instagram @Griizelle.Id). 2021(3), 16-30.*
- Nada Adilah, & Agung Sedayu. (2024). Perspektif Pemasaran Media Sosial, Live Streaming, dan Penilaian Online Pelanggan Pada Minat Beli The Originote. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen, 2(2), 01-17.* <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i2.2922>
- Nazarudin, & Antasari, R. (2021). *Analisis penggunaan benchmarking untuk peningkatan mutu keunggulan bersaing antara rumah jurnal di lingkungan perguruan tinggi keagamaan islam negeri (PTKIN).* www.rajagrafindo.co.id
- Nirwana, D. A., & Khuntari, D. (2021). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Pada @Celyne.Official. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi, 5(2), 36-48.* <https://doi.org/10.56873/jimik.v5i2.147>
- Noviyanto, Supriyanto, Y. H., Singgih, R. A. P., Jonathan, Gunadi, A. H., & Wibisono, Y. P. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Social Engagement Pada Kedai Bintoro Kopi* (Vol. 1, Issue 2).
- Pah, D., & Amalia, D. (2024). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Mahar Agung Organizer.* <http://Jiip.stkipyapisdampu.ac.id>
- Peli, M., Teknik, J., & Konstruksi, E. (2019). *Aplikasi Metode Benchmarking Sebagai Dasar Dalam Menciptakan Budaya Keselamatan Kerja Dalam Industri Konstruksi Di Indonesia. 09(02), 101-110.*
- Permatasari, D., Sartika, D., & Suryati. (2018). *Penerapan Metode AHP dan SAW untuk Penentuan Kenaikan Jabatan Karyawan. JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi), 5(1), 60-73.*
- Pramudita, Deriani, & Kusuma. (2024). *Analisis Pengaruh Konten Postingan Akun Instagram Rupbasan Denpasar Dalam Membangun Engagement Followers.*
- Pratama, I., Safnah, Rondardi, salsabilla, Agustina, U., & Rodiah, S. (2025). Analisis Bibliometrik Dengan Vosviewer Terhadap Perkembangan Penelitian Audit Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi, 2(1), 61-67.* <https://doi.org/10.69714/512paq87>

- Pratiwi, H. (2020). *Metode Analytical Hierarchy Process Oleh Heny Pratiwi*. <https://www.researchgate.net/publication/341767794>
- Priadana, A., & Murdiyanto, A. W. (2020). Analisis Waktu Terbaik untuk Menerbitkan Konten di Instagram untuk Menjangkau Audiens. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(1), 59–70. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i1.118>
- Prihanto, Y., Sri, F., & Oktavia, I. (2023). *Pemberdayaan Kader Kesehatan Mengenai In Depth Interview Untuk Mengkaji Masalah Psikososial Di Kelurahan Sukoharjo Kota Malang*. 7(3).
- Primasari, I., Yuniati, ulfa, & Adnan, S. (2023). The Digital Marketing Through Instagram to Increase Online Engagement (Virtual Ethnographic Study with Cyber Media Analysis on Rotiyu's Instagram Account). *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(6), 803–815. <https://doi.org/10.35877/soshum2335>
- Puspita, C., & Handayani, T. (2024). Pengaruh Endorsment Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z: Studi Empiris. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(5), 3632. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i5.3995>
- Putra, C., Julia Ananda Caesaria, Jonathan Jonathan, Lia Willson, Mellysa Mellysa, Michelle Tan, Noval Christanto, & Zendi Sia. (2024). Analisis Digital Marketing Antara Aplikasi Mybca Dan Wondr By BNI. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(6), 24–33. <https://doi.org/10.69714/1qrt1r98>
- Ramadan, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>
- Ramadhan, A. A., Suprianto, Sumarno, & Dijaya, R. (2021). Juni 2021 Seminar Nasional & Call Paper Fakultas Sains dan Teknologi. In *Procedia of Engineering and Life Science* (Vol. 1, Issue 2).
- Ramadhan, M., Rosyidah, U. A., & Rahman, M. (2023). Analisa Engagement Rate Untuk Optimalisasi Pemasaran Di Instagram Pada UMKM Online Berbasis Website Engagement Rate Analysis for Marketing Optimization on Instagram on Website-Based Online MSMEs. In *Jurnal Smart Teknologi* (Vol. 4, Issue 3). <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JST>
- Rosalina Abjamis, A., Rohayati, Y., & Kusmayanti, I. N. (2020). *Perancangan Program Komunikasi Pemasaran Media Sosial Pada Ukm Sepatu Qic' Out Zaki Shoes Cibaduyut Menggunakan Metode Benchmarking Dan Analitical Hierarchy Process (Ahp) Social Media Marketing Communication Program Design In Qic 'Out Zaki Shoes Sme's Cibaduyut Using Benchmarking And Analitical Hierarchy Process (Ahp) Methods*.
- Rosaliza, M., Syamsidar, R., & Asriwandari, H. (2022). “Tag” Teman Dan #Hastag Rekonsepsi Interaksi Sosial Di Platform Instagram. In *Jurnal Ilmu Budaya* (Vol. 19, Issue 1).
- Rosdiana, L. A. (2019). *Ketidakefektifan Kalimat Pada Caption Instagram Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti* (Vol. 9, Issue 2).
- Rupianti, R. (2025). Analisis Content Marketing Dalam Meningkatkan Engagement Audiens Di Instagram: Studi Kasus Pada Akun Bisnis Hijab. In *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 6, Issue 1).

- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the Analytic Hierarchy Process. *Scientia Iranica*, 9(3), 215–229. <https://doi.org/10.1504/ijssci.2008.017590>
- Sari, S., Jurusan Administrasi Niaga, D., Negeri Ujung Pandang, P., & Jurusan Administrasi Niaga, M. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1). www.wartakita.id
- Simabur, L. A., Herlina, R., & Wiradharma, G. (2023). Creating Exciting Content: A Descriptive Study of Pixbox's Digital Marketing Strategies on Social Media. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.12928/channel.v11i1.123>
- Sriwendiah, S., & Ningsih, W. (2022). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy (Survei Pada Konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta). 10(1), 2022.
- Suluri, S. (2019). Benchmarking Dalam Lembaga Pendidikan. *JDMF (Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan)*, 3(2), 82-88.
- Suryo, Y., Atmanto, D., & Jaswadi. (2015). Analisis Audit Operasional Fungsi Pemasaran (Studi Kasus pada PT. Pardic Jaya Chemicals). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 23, Issue 1).
- Syahputra, H., Ramadhanu, A., & Putra, R. B. (2020). Penerapan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengukur Kualitas Sistem Informasi Ulangan Harian. 1(4). <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Tulungen, F. R. (2019). Cengkeh Dan Manfaatnya Bagi Kesehatan Manusia Melalui Pendekatan Competitive Intelligence. *Biofarmasetikal Tropis*, 2(2), 158–169. <https://doi.org/10.55724/jbiofartrop.v2i2.128>
- Wan Ramli, W. N. A., Zainulabidin, M. I., & Tengku Anuar, T. F. (2024). Analysing Social Media Engagement Strategies Of Top Hijab Brands In Malaysia: A Comprehensive Study Of Engagement Metrics And Follower Demographics For Effective Branding Strategies. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 7(26), 262–273. <https://doi.org/10.35631/IJEMP.726021>
- Wardana, R., Juwita, R., Isra Muhammad, H., Komunikasi, Ilmu, & Mulawarman Samarinda, U. (2024). *Jurnal Media Informatika [JUMIN] Interaktivitas Akun Instagram @Balikpapan sebagai Media Informasi Nomor 1 Di Kota Balikpapan*.
- Warih, D. C., Wibowo, D. A., Suwarno, & Ripai, R. (2022). *Decision Support System for Supplier Selection on Time Concept with AHP and SAW Method*. <https://doi.org/10.34288/jri.v5i1.200>
- Wulandari, R. E., & Bulan, S. J. (2019a). Penerapan Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dalam Perangkingan Bengkel Mobil Terbaik Di Kota Kupang. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 5(1).
- Wulandari, R. E., & Bulan, S. J. (2019b). Penerapan Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dalam Perangkingan Bengkel Mobil Terbaik Di Kota Kupang. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 5(1).
- Yang, X., Kim, S., & Sun, Y. (2019). How do influencers mention brands in social media? Sponsorship prediction of instagram posts. *Proceedings of the 2019 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, Asonam 2019*, 101–104. <https://doi.org/10.1145/3341161.3342925>

- Yanti, F., & Murni, T. (2019). Integrasi Servqual Dan Model Kano Ke Dalam Qfd Pada Pengukuran Kualitas Pelayanan Paket Pos Di Pt. Pos Indonesia Cabang Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 24(3), 262–273. <https://doi.org/10.35760/eb.2019.v24i3.2277>
- Yedida Kadarisman, V., & Widyastuti, P. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Creative Content, Dan Social Media Interaction Pt. Voffice Indonesia Terhadap Brand Perception Masyarakat Gen Z Yang Berdomisili Di Dki Jakarta. *Jurnal Transaksi*, 16(1).