

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arianto, A., Andi, D., Abid, M., Oktavianti, N., Amelia, R. W., Wiguna, M., Safiil, A. R., Purwanti, Wijoyo, H., & Devi, W. S. G. R. (2021). *ENTREPENEURIAL MINDSETS & SKILL* (Hadion Wijoyo, Ed.). PENERBIT INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Armstrong, G. (Gary M.), Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing : an introduction* (15th ed.).
- Chakti, A. G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING* (Sobirin, Ed.). CELEBES MEDIA PERKASA.
- Edhie Rachmad, Y., Sri Sudiarti, C., La Ode Turi Dewi Endah Fajarihana, M., Yudo Kisworo, Mp., Ryan Firdiansyah Suryawan, M., Hendy Tanadi Kusnadi Eka Susilawati, M., Rio Rahmat Yusran, M. S., & Sri Juminawati, Ms. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN* (S. S. Atmodjo, Ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Hermawan, I. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN MIXED METHODE* . Hidayatul Quran Kuningan.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (Vol. 16e).
- Kotler Philips, Armstrong Garys, & Balasubramanian Sridhars. (2023). *GLOBAL EDITION Principles of Marketing NINETEENTH EDITION* (19th ed.). Pearson.
- Ortiz, C. D., & Miller, D. (2019). *SOCIAL MEDIA SUCCESS FOR EVERY BRAND*. arragment with HarpeCplins Leadership.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. CV BUDI UTAMA.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
- Toenlioe, A. J. (2021). *PENDEKATAN PENELITIAN KUALITATIF BIDANG PENDIDIKAN LANDASAN, TEORI, DAN PANDUAN* (A. H. Nadana, Ed.). AHLIMEDIA PRESS. www.ahlimediapress.com

Jurnal dan Penelitian Terdahulu:

- Agustini, M. P., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1601–1610. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ardian, R., Sudrartono Pengaruh Bauran Pemasaran, T., Ardian, R., Sudrartono Politeknik Piksi Ganesha Bandung, T., & Kunci, K. (2021). *PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI CAT DULUX DI DEPO KERAMIK KATAPANG BANDUNG*. 706–707. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/35854>
- Armayani, R. R., Chintiya Tambunan, L., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). *Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online*. 5. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Fadillah, S. N., Setyorini, R., Studi, P., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2021). *ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI CONTENT MARKETING DALAM MENCIPTAKAN CUSTOMER ENGAGEMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM WAKAF DAARUT TAUHIID BANDUNG ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF CONTENT MARKETING STRATEGY IN CREATING CUSTOMER ENGAGEMENT IN SOCIAL MEDIA WAKAF INSTAGRAM DAARUT TAUHIID BANDUNG*. 15, 100–116. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/2028>
- Gunawan, S. S. (2021). Perancangan Konsep Konten Visual Beta Batik Di Instagram Untuk Meningkatkan Awareness Dan Engagement. *Publikasi Petra*.
- Jasinta Rosa Vedaarum, M., & Ariffudin Islam, M. (2023). *ANALISIS PREFERENSI GAYA DESAIN Y2K PADA VISUAL DESAIN KONTEN INSTAGRAM @POPBELA_COM*. *Jurnal Barik*, 5(1), 183–195. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (2020). *ANALISIS PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA THIS! BY ALIFAH RATU TAHUN 2020*. 6, 15. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/download/13702/13444>

- Saputri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). *ANALISIS DAN PENGEMBANGAN KONTEN SOSIAL MEDIA MARKETING PADA INSTAGRAM TELKOM STO DAGO TAHUN 2021 ANALYSIS AND DEVELOPMENT OF SOCIAL MEDIA MARKETING CONTENT ON THE TELKOM STO DAGO IN 2021*. 7, 525–538. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/15251>
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019). PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM: STUDI DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA LIBRARY PROMOTION THROUGH THE INSTAGRAM: LIBRARY AIRLANGGA UNIVERSITY. *PUBLICATION LIBRARY AND INFORMATION SCIENCE*, 3, 66–74. <https://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS/article/view/2074>
- Ulfa Rafika. (2021). *VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN*. 342–351. <https://jurnal.stitbb.ac.id/index.php/al-fathonah/article/download/44/29>
- Wayan Nandaryani, N., Adhi Santosa, N., & Putu Dudyk Arya Putra, I. (2021). *ANALISIS DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI @SAYURBOXBALI*. 4. <http://senada.idbbali.ac.id>
- Yohana F. C. P. Meilani, I. B. M. P. B., & Ian N. Suryawan, R. R. M. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>

Website:

- Annur, C. M. (2022, 2 7). *Berapa Lama Masyarakat Global Akses Medsos Setiap Hari?* Retrieved from data boks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/berapa-lama-masyarakat-global-akses-medsos-setiap-hari>
- Annur, C. M. (2023, 9 20). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Retrieved from data boks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Annur, C. M. (2024, 3 1). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Retrieved from data boks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

business, t. i. (2019, 9 7). *Panduan Lengkap: Merencanakan dan Membuat Konten secara Konsisten*. Retrieved from Instagram Business:

https://business.instagram.com/blog/a-step-by-step-guide-planning-and-creating-content-consistently?locale=id_ID

indonesia, t. c. (2021, 7 22). *Cara Membuat Feed Instagram yang Bagus dan Menarik*. Retrieved from CNN Indonesia:

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210712104918-190-666346/cara-membuat-feed-instagram-yang-bagus-dan-menarik>

Vanessa. (2023, 9 8). *Penyebab Engagement Rate Instagram Turun dan Cara Mengatasinya*. Retrieved from Partipost:

<https://www.partipost.com/resources-and-guides/penyebab-engagement-rate-instagram-turun-dan-cara-mengatasinya>