

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Adiprasetyo, J. (2019). Eksistensi Promosi di Era Digital. In J. Adiprasetyo, *Eksistensi Promosi di Era Digital* (p. 46). PT. Lontar Digital Asia.
- Agusven, T., Satriadi, Hafizni, R., N. K., & Hasnarika. (2023). DASAR METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF. In S. R. Tubel Agusven, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (p. 165). Batam: CV. Rey Media Grafika.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2020). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UMKM. In I. Ardiansah, & A. Maharani, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UMKM* (p. 5). Bandung: CV.CENDEKIA PRESS.
- Arduyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., . . . Judijanto, L. (2023). METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF : Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang. In Y. B. Elia Arduyan, *METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF : Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang* (p. 20). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arianto. (2021). KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital. In Arianto, *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (p. 23). Surabaya: Airlangga University Press.
- Ariyadi, W. (2020). Jurus Jitu Menguasai Copywriting Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran. In W. Ariyadi, *Jurus Jitu Menguasai Copywriting Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran* (p. 3). Anak Hebat Indonesia.
- Chakti, G. (2019). The Book Of Digital Marketing. In S. M. Dr. Elvera, *The Book Of Digital Marketing* (p. 11). Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Darhani, A. P., & Wijaya, S. (2022). PAJAK PERTAMBAHAN NILAI JASA KESENIAN DAN HIBURAN ATAS DIGITAL CONTENT. In A. P. Darhani, & S. Wijaya, *PAJAK PERTAMBAHAN NILAI JASA KESENIAN DAN HIBURAN ATAS DIGITAL CONTENT* (p. 58). GUEPEDIA.
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). METODOLOGI PENELITIAN. In Elvera, & Y. Astarina, *METODOLOGI PENELITIAN* (p. 72; 75;76). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Erwin, E., Arduyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., . . . Munizu, M. (2023). DIGITAL MARKETING : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0. In E. A. Erwin Erwin, *DIGITAL MARKETING : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0* (p. 111). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., . . . Waris, L. (2022). METODOLOGI PENELITIAN. In F. R. Fiantika, M. Wasil, S. Jumiyati, L. Honesti, S. Wahyuni, E. Mouw, . . . L. Waris, *METODOLOGI PENELITIAN* (pp. 30-38; 50; 54-55; 57-59). Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

- Helianthusonfri, J. (2019). Belajar Social Media Marketing. In J. Helianthusonfri, *Belajar Social Media Marketing* (p. 5). Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In D. Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (p. 2). Surabaya: Unitomo Press.
- Kusnanto, D., Amalia, Maryati, W., Indrianti, M. A., Khairani, E., Abadi, S. P., . . . Suharlina. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN : Teori dan Praktik Mencapai Target. In A. W. Danang Kusnanto, *MANAJEMEN PEMASARAN : Teori dan Praktik Mencapai Target* (p. 8). Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Mardawani. (2020). Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif. In Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif* (p. 4; 8). Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., . . . Riana, N. (2023). DIGITAL MARKETING STRATEGY : Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini. In I. R. Mukhlis, R. Ratnawita, D. Oktaviani, D. A. Solihin, I. N. Agustiani, N. K. Akrom, . . . N. Riana, *DIGITAL MARKETING STRATEGY : Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini* (pp. 59-62; 66; 68; 70; 73). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mustarfidah, H., & Suwarsito. (2020). Dasar-Dasar Metodologi Penelitian. In H. Mustarfidah, & Suwarsito, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.
- Pasaribu, V. L., Karyant, B., Ahdiyati, M., Athalarik, F. M., Jefriyanto, Andni, R., . . . Darussalam, A. Z. (2021). PEMASARAN KONTEMPORER. In B. K. Veta Lidya Delimah Pasaribu, *PEMASARAN KONTEMPORER* (p. 133). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Prayitno. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu - Rajawali Pers. In Prayitno, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu - Rajawali Pers* (p. 31). PT. RajaGrafindo Persada.
- Priansa, D. J. (2021). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PADA ERA MEDIA SOSIAL. In D. J. Priansa, *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PADA ERA MEDIA SOSIAL* (p. 30; 96). CV PUSTAKA SETIA.
- Rachmadi, T. (2020). The Power Of Digital Marketing. In T. Rachmadi, *The Power Of Digital Marketing* (p. 3). TIGA Ebook.
- Ramdhan, M. (2021). Metode Penelitian. In M. Ramdhan, *Metode Penelitian* (p. 17). Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rauf, A., Manullang, S. O., P.S, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., . . . Ri, S. V. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. In S. O. Abdul Rauf, *Digital Marketing : Konsep dan Strategi* (p. 37). Cirebon: Penerbit Insania.
- Rukin. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. In Rukin, *Metode Penelitian Kualitatif* (p. 21). Takalar, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

- Salim, & Haidir. (2019). Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis. In Salim, & Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis* (pp. 111-113). Jakarta: Penerbit KENCANA.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN TEKNIK INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC). In I. Silviani, & P. Darus, *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN TEKNIK INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)* (p. 5). Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Singh, S., & Diamond, S. (2020). Social Media Marketing For Dummies. In S. Singh, & S. Diamond, *Social Media Marketing For Dummies* (p. 8). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sudarsono, H. (2020). Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. In H. Sudarsono, *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran* (p. 2). Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (pp. 285-286; 288; 322). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (pp. 286; 298; 322; 365; 368-369). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulianta, F. (2023). PANDUAN LENGKAP DIGITAL MARKETING. In F. Sulianta, *PANDUAN LENGKAP DIGITAL MARKETING* (pp. 1-2). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tarjo. (2019). Metode Penelitian Sistem 3x Baca. In Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3x Baca* (p. 68). Yogyakarta: Deepublish.
- Utami, T., Nurdiansyah, N., Azizah, I. S., Rukmana, A. Y., Pradnyana, I. M., Pratiwi, P. Y., . . . Purbaya, M. E. (2024). Buku Ajar Bisnis Digital. In N. N. Tini Utami, *Buku Ajar Bisnis Digital* (p. 54). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital Marketing. In J. A. Andy Prasetyo Wati, *Digital Marketing* (p. 15). Malang: Edulitera.

Jurnal:

- Aisyah, I., & Hidayat, & R. (2021). TINJAUAN AKTIVITAS SOSIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM PADA MPONE STATIONERY DI LAMPUNG TAHUN 2021. *Jurnal Manajemen Pemasaran Telkom University*.
- Anggarini, D. T. (2021). UPAYA PEMULIHAN INDUSTRI PARIWISATA DALAM SITUASI PANDEMI COVID -19. *Jurnal Pariwisata Universitas BSI*.
- Arviani, H., Claretta, D., Kusnarto, Delinda, N., & Izzanti, & S. (2021). Sosial Media Marketing : Peluang & Tantangan bagi UMKM Lokal Di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL SIMBOLIKA*.

- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, & T. (2021). PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KONTEN MARKETING PADA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING BY FELICYA ANGELISTA. *e-Proceeding of Management*.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, d. C. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE MYPANGANDARAN TOUR AND TRAVEL. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya*.
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen AL-KALAM*.
- Ibrahim, R., & Susanti, & S. (2021). SISTEM INFORMASI TOUR DAN TRAVEL BERBASIS WEBSITE PADA PT. AMADA DESTINASI NUSANTARA. *eProsiding Sistem Informasi (POTENSI)*.
- Kuswandy, J., & Aulia, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Online Shop (Studi Kasus Online Shop Mishalot Florist).
- Maisyarah, A. L., & Wulandari, A. (2022). Analisis Pengembangan Konten Social Media Marketing Pada Facebook Plasa Telkom Solok Tahun 2022. *e-Proceeding of Applied Science*.
- Mulyana, M. (2019). STRATEGI PROMOSI DAN KOMUNIKASI.
- Nur, I., Sapiri, M., & Nurhidayanti. (2023). PENERAPAN MODEL KONSEP DIGITAL MARKETING DALAM MERAUP SEGMENTASI PASAR MELALUI SMART DIGITAL CONTENT MARKETING. *Journal of Economics and Business UBS*.
- Pangiuk, A., & Cahyani, D. A. (2023). Pengaruh Konten Marketing Media Sosial Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, & R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House) . *Jurnal Common*.
- Putri, D. O., Suci, R. P., & Mulyono, &. (2022). Peranan Consumer Engagement Sebagai Variabel Mediasi Atas Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Era Digital Marketing (Studi Pada Konsumen Brand Fashion Realizm87). *Bulletin of Management & Business (BMB)*.
- Ramdan, A. M., maulana, M. F., & Revinzky, M. A. (2022). Analisis Konten Marketing Media Sosial Titok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Bittersweet By Najla. *Business Preneur : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Rasyiid, R. N., Maulina, M., Resueño, C. P., Nasrullah, R., & Rusli, T. I. (2021). Instagram Usage in Learning English: A Literature Review. *Tell: Teaching of English Language and Literature Journal*.
- Sandy, R. K., & Widaningsih, & S. (2022). Analisis Konten Marketing Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun

- @Indihomesragen PT Telkom Indonesia Datel Sragen Tahun 2022). *e-Proceeding of Applied Science* .
- Sanjaya, A. S. (2020). PENGARUH DIMENSI SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI CLIMATETHIRTY. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Saputra, G. W., & Ardani, & I. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement . *Biokultur*.
- Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT PADA TESTOEFL.ID. *JURNAL Ecoment Global:kajian bisnis dan manajemen*.
- Syahputra, R. (2019). STRATEGI PEMASARAN DALAM ALQURAN TENTANG PROMOSI PENJUALAN. *Jurnal ECOBISMA*.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. D., & Syafitri, & R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce . *Jurnal Manajemen Komunikasi Universitas Padjajaran*.
- Utami, V. S., & Mustikasari, A. (2023). Pengembangan Konten Media Sosial pada Instagram UMKM Baso Aci Raos By Dapoer Yeny Tahun 2022. *e-Proceeding of Applied Science*.
- Wijaya, G. P., & Yulita, H. (2022). PENGARUH KONTEN MARKETING, E-WOM, DAN CITRA MEREK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK MOTHER OF PEARL. *Jurnal of Business & Applied Management UBM*.

Website:

- Twc.id. (2022, December 17). *PABBAJJA SAMANERA SEMENTARA BOROBUDUR, SIMBOL TOLERANSI BERAGAMA DI INDONESIA*. Retrieved from twc.id: <https://twc.id/2022/12/17/pabbajja-samanera-mentara-borobudur-simbol-toleransi-beragama-di-indonesia/>
- Kemenparekraf. (2022, Juni 8). *4 Megatren Pariwisata 2023, Pengaruhi Perilaku Wisatawan Global*. Retrieved from kemenparekraf.go.id: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/4-megatren-pariwisata-2023-pengaruhi-perilaku-wisatawan-global>

- Goodstats.id. (2023, Februari 14). *Daftar Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 2023, Facebook Juaranya*. Retrieved from Goodstats.id: <https://goodstats.id/article/daftar-platform-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-2023-facebook-juaranya-BHY8q>
- DataIndonesia. (2023, September 8). *Ada 116,16 Juta Pengguna Instagram di RI hingga Agustus 2023*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>
- DataIndonesia.id. (2023, Februari 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>