

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Arianto. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Fatma Nur, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Yogyakarta: Nas Media Pustaka
- Kotler Philip, H. K. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta

Jurnal :

- Amalia, C. D., & Lubis, E. E. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories@Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 1–11.
- Andini, A. (2023). Perencanaan Copywriting Konten Artikel Pada Website Tokobirdie Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Politeknik Negeri Media Kreatif*.
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Artho, Y. F. (2013). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Kantor Hubungan Internasional Universitas Dian Nuswantoro. *Universitas Dian Nuswantoro*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (17th ed.)*. New Jersey : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 : Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. New York : Pearson Education.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok : Khalifah Mediatama.
- Mahendra, F. Z., & Nugroho, D. A. (2021). 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.

- Marwiyah, S. (2023). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Di Era Digitalisasi. Probolinggo : CV. Mitra Ilmu.
- Nurlailah, E., & Wardani, K. R. N. (2023). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Oleh-Oleh Khas Kota Pagaralam. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(4), 1175–1185.
- Prabowo, G. A. (2019). Pengelolaan Konten Website Pemerintah Kota Yogyakarta Sebagai Media Pelayanan Publik. *Dialogia*, 16, 118–137.
- Putri, R. D., Rohaeti, E. E., & Siddik, R. R. (2023). Pengembangan Website Terhadap Perencanaan Karier Di SMPN 1 Padalarang. *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 6(3), 220–231.
- Putri, R. H. A. (2023). Pengembangan Konten Marketing Pada Media Sosial Instagram @mazayaleathercraft UMKM Mazaya Di Kota Garut Tahun 2023. Universitas Telkom.
- Siswanto, S., & Sidik, M. (2019). Perancangan Website CV. Cipta Cemerlang Abadi Semarang Sebagai Media Promosi. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 12(2), 1–12.
- Sudarsono, H. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Jember : CV. Pustaka Abadi.
- Wibisono, G., & Susanto, W. E. (2015). Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 3(2), 64–69.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515.
- Tarigan, F. A., Robin, R., & Angeline, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan BrandAwareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aqua Di Desa Cinta Rakyat. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), (Tarigan et al., 2024)