

DAFTAR PUSTAKA

Buku Referensi

- Kasmir. (2012). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 279.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 27.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 7-8, 13, 55-56, 60, 131, 134, 172-173, 199, 317, 352-353.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 13, 49, 192.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali, 42.

Publikasi Elektronik

Artikel Jurnal di Website

- Akbar, A. F., & Maharani, N. (2018, August). *Pengaruh Content Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Jasa Kreatif Yours Bandung*. Retrieved from Prosiding Manajemen UNISBA: <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/13715>, 1310.
- Akbar, R. F. (2015). *Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus*. Retrieved from Edukasia Jurnal Penelitian Pendidikan Islam: <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Edukasia/article/view/791>, 194-195.
- Alfaris, R. A. (2020, February). *Analisis Efektifitas Marketing Public Relation Maesa Hotel Dalam Membangun Brand Awareness*. Retrieved from Repository Muhammadiyah University of Ponorogo: <http://eprints.umpo.ac.id/5929/>, 11.
- Andini, B. G., Luik, J. E., & Wahyudi, O. B. (2021). *Sikap Followers Instagram @sushiteijogja Terhadap Isi Akun Instagram Sushi tei Jogjakarta*. Retrieved from Jurnal E-Komunikasi: <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11541>

- Anhar, R. A., & Haryati, I. (2020). *Analisis Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Di Media Online*. Retrieved from Jurnal Dimensi Universitas Riau Kepulauan Batam: <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms/article/view/2717>
- Bagus, A. A., & Nareswari, P. A. (2021). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Iklan Smartphone Produk Oppo Reno2 Series Storygrapher Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dwijendra*. Retrieved from Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi Universitas Dwijendra: <http://ejournal.undwi.ac.id/index.php/ilkom/article/view/1116>
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). *Proceedings: International Conference on Technology, Education, and Science*. Retrieved from Jurnal UST Jogja: <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/incotes/article/view/6066>, 139-140.
- Chandra, R. (2018, Nov). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kaoy Kupie*. Retrieved from Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi : <https://ejurnalunsam.id/index.php/jensi/article/view/942>, 143.
- Febria, Y. (2012). *Aktifitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan Radio Delta FM Bandung*. Retrieved from Elib Unikom: https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/680/jbptunikompp-gdl-yogifebria-33986-8-unikom_y-i.pdf, 26.
- Hadi, S. Z., & Kusdiby, L. (2021). *Persepsi Konsumen Millennial Terhadap Pemasaran Fashion Digital*. Retrieved from Prosiding 12th Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS) : <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2843>
- Isnain, R. F. (2018). *Strategi Meningkatkan Persepsi Positif Konsumen Terhadap Pelayanan Konsumen PT. Cita Kreasi Latena*. Retrieved from Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara: <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/3414/142103048.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, 13.
- Jokom, R. (2018, October). *Persepsi Follower Terhadap Pemasaran Restoran melalui Instagram di Surabaya*. Retrieved from Jurnal Bisnis dan Manajemen Universitas Negeri Surabaya: <https://journal.unesa.ac.id/index.php/bisma/article/view/2929>

- Lam, A. D.-T., Prior, S. D., Shen, S.-T., Young, S.-J., & Ji, L.-W. (2018). *Engineering Innovation and Design*. Hangzhou: CRC Press. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=xwadDwAAQBAJ&pg=PA193&lpg=PA193&dq=Banerjee+et+al.+1995+green+advertising&source=bl&ots=0Fx1mrrur43&sig=ACfU3U1ItMIQMIFaSe9DX6h2BfM634Xilg&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjCvIC8i-b4AhXCX3wKHflxBMAQ6AF6BAGtEAM#v=onepage&q=Banerje, 193>.
- Leoni, Tjahjo, J. D., & Goenawan, F. (2021). *Sikap Followers terhadap Content Marketing di Instagram @Secondatebeauty*. Retrieved from Jurnal E-Komunikasi: <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11487>
- Lisdiyanti, P., Nursyifa, F. A., Mutamima, R., Yuanita, F., & Marini, G. (2019). *Positioning dan Segmentasi Pasar Produk Sarang Infus (Sarung Tangan Infus) Di Rumah Sakit Persyarikatan Muhammadiyah Daerah Surabaya-Sidoarjo*. Retrieved from Economic, Business, Management, and Accounting Journal: <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/3140>, 228.
- Lukitaningsih, A. (2013). *Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya*. Retrieved from Jurnal MAKSIPRENEUR: <http://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/85>, 23.
- Mangalani, W. R. (2020). *Pengaruh Content Marketing Shopee Live terhadap Customer Engagement*. Retrieved from Knowledge Center Universitas Multimedia Nusantara: <https://kc.umn.ac.id/14546/>, 36-38.
- Nursaif, M., Kusdibyoy, L., & Kania, R. (2020). *Analisa Persepsi Konsumen terhadap Iklan Video pada Instagram*. Retrieved from Prosiding 11th Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS): <https://doi.org/10.35313/irwns.v11i1.2165>
- Pujowati, I. P. (2019). *Upaya Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Josemma Boutique Semarang*. Retrieved from Repository USM: <http://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.131.15.0596/B.131.15.0596-15-File-Komplit-20190820031616.pdf>, 34.

- Puspitasari, P., Tresnati, R., & Oktini, D. R. (2017). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Konsumen Thirteenth Shoes Bandung)*. Retrieved from Universitas Islam Bandung Repositori: <http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/25879>, 117.
- Putri, V. K. (2022, February 16). *Persepsi Konsumen: Pengertian dan Faktor yang Memengaruhinya*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/16/120000069/persepsi-konsumen--pengertian-dan-faktor-yang-memengaruhinya>, 7.
- Qomariyyah, N. (2020, May). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Sederhana Indralaya*. Retrieved from Repository UIN Raden Fatah Palembang: <http://repository.radenfatah.ac.id/8614/>, 46.
- Rachdian, R. (2012, July). *Indonesia, Nasionalisme, dan Iklan*. Retrieved from Library Universitas Indonesia: <https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20308196-T31052-Indonesia%20nasionalisme.pdf>, 21-22.
- Riskyawan, A. V., & Ervianty, R. M. (2019). *Penggunaan Media Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Alat Pencapaian Kesadaran Merek pada Produk Kitchenindo*. Retrieved from The International Journal of Applied Business Vol.3 No.1: <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=6256515162161284040&btnI=1&hl=en>
- Rizal, V. Z. (2019). *Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek*. Retrieved from Inter Komunika: Jurnal Komunikasi Vol.4 No.1: <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/291>
- Rosyadi, M. I. (2018). *Analisis Strategi Marketing Public Relations PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) tbk dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi*. Retrieved from Journal UMY: <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2868>, 3-4.
- Setiyawan, D. (2012). *Kegiatan Marketing Public Relation di Departemen Marketing Communication PT. Global Informasi Bermutu (Global TV)*.

Retrieved from Digilib UNS:
file:///C:/Users/Rizka/Downloads/DONY%20SETIYAWAN%20-%20D16
09028.pdf, 21.

Utari, M. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*. Retrieved from Jurnal Online Mahasiswa:
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/14636>, 9-10.

Walid. (2018, June). *Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness PLATBM1912 Di Kota Pekanbaru*. Retrieved from Jurnal Online Mahasiswa:
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/19234>, 2.

Widuhung, S. M. (2021, April). *Strategi Marketing Public Relations Petromindo Group Di era Pandemi Covid-19*. Retrieved from Jurnal Public Relations:
<http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/308>, 2.

Wulandari, Y., Suyatmi, T., & Fujiastuti, A. (2017). *Persepsi Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Di Kota Yogyakarta Terhadap Kesusasteraan Indonesia Modern*. Retrieved from Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya:
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/literasi/article/view/771>, 11.

Yuninda, H. E. (2013). *Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Tenaga Kerja Industri Kecil Carica Di Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo*. Retrieved from Lumbung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta:
<https://eprints.uny.ac.id/24503/>, 34.

Yunus, A. Z. (2019). *Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Geist*. Retrieved from Jurnal Performa:
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1184>

Artikel dari Pangkalan Data Online

Indonesiabaik.id. (2019). *Kurangi Sampah Plastik dan Kendalikan Sampah Plastik*. Diakses pada 10 Maret 2022. <https://indonesiabaik.id/>

Kementerian PPN/Bappenas. (2021). *Indonesia Green Growth Program*. Diakses pada 10 Maret 2022. <http://greengrowth.bappenas.go.id>

- Kemp, S. (2022, February 15). *Digital 2022: Indonesia*. Diakses pada 10 Maret 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>, 54.
- Koagouw, M. O. (2020, January 28). *Heboh Termos Air Panas Corona 50 H Banting Harga Online, Bisa Cicil*. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://rri.co.id/ekonomi/777667/heboh-termos-air-panas-corona-50-h-banting-harga-online-bisa-cicil>, 9.
- Lionstarplastics. (2021). *Kualitas Bintang*. Diakses pada 11 Maret 2022. www.instagram.com/lionstarplastics
- LocknLock Global. (2022). *About*. Diakses pada 27 Juni 2022. <https://www.locknlock.com/eng/about/history>, 2-3.
- LocknLock India. (2022). *Why LocknLock ?*. Diakses pada 27 Juni 2022. <https://locknlock.in/pages/why-locknlock-is-different>, 1.
- Locknlockindonesia. (2021). *#BawaTumblerSendiri*. Diakses pada Maret - Juli 2022. www.instagram.com/locknlockindonesia
- Moenanto, G. (2018, March 21). *Kiat Tupperware Bidik Segmen dari Kalangan Milenials untuk Jadi Konsumen*. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://wartakota.tribunnews.com/2018/03/21/kiat-tupperware-bidik-segmen-dari-kalangan-milenials-untuk-jadi-konsumen>, 3.
- Monitor, C. (2020, April 3). *5 Ways Public Relations and Content Marketing Support Each Other*. Diakses pada 28 April 2022. <https://www.campaignmonitor.com/blog/email-marketing/5-ways-public-relations-and-content-marketing-support-each-other/>, 1.
- Nurchayadi, G. (2021, July 28). *Kesadaran Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan Terus Meningkat*. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/421640/kesadaran-konsumen-terhadap-produk-ramah-lingkungan-terus-meningkat>, 2.
- Pahlephi, R. D. (2022, February 10). *Content Marketing vs Digital Marketing: Mana yang Lebih Bagus?*. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://myskill.id/blog/dunia-kerja/content-marketing-atau-digital-marketing/>, 1-3.
- Shopee Indonesia. (2022). *LocknLock Indonesia Official Store*. Diakses pada 27 Juni 2022. <https://shopee.co.id/locknlock.id?page=4&sortBy=pop>

- Silalahi, M. (2018, September 25). *4 Tipe Segmentasi Pelanggan*. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/4-tipe-segmentasi-pelanggan/>, 4.
- SNU Midas Investment Club. (2022). *Search Results: LocknLock*. Diakses pada 27 Juni 2022. <http://snusmic.com/#>
- Templeman, M. (2015). *Content Marketing Doesn't Work*. Diakses pada 12 Maret 2022. <http://www.forbes.com/sites/miketempleman/2015/08/17/content-marketing-doesnt-work/4/>, 1.
- Top Brand Award. (2022, March 7). *Top Brand Index*. Diakses pada 12 Maret 2022. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>, 2-3.
- Tupperwareid. (2022). *#BeraniBerubah*. Diakses pada 11 Maret 2022. www.instagram.com/tupperwareid