

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2021). ANALISIS PERANAN AUDITOR INTERNAL TERHADAP FUNGSI PEMASARAN(PROMOSI) PADA HOTEL TRANSIT SYARIAH MEDAN Siti Aisyah.
- Ardianto, E. (2011). Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian. Rineka Cipta.
- Clinton, B. & Pertiwi, W. K. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal 2023. Kompas.Com.
- Fahimah, M. & Ningsih, L. A. (2022). Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement. Benchmark, 3(1), 43–52. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v3i1.283>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. C. & Susanti, F. (2017). PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG.
- Haryani, D. S. & Fauzar, S. (2021). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM CHACHA FLOWERS (Vol. 4, Issue 1).
- Istiqomah, N. H. (2023). TRANSFORMASI PEMASARAN TRADISIONAL KE E-MARKETING: TINJAUAN LITERATUR TENTANG DAMPAK PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP DAYA SAING PEMASARAN BISNIS. In Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam (Vol. 4).
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Hoboken, New Jersey : Wiley.
- Kurnianto, Y. T. (n.d.). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN MINUMAN DI BANJARBARU (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi).
- Limandono. (2018). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial. Pusaka Setia.
- Santosa, S. & Luthfiyyah, P. P. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GAMEFIELD HONGKONG LIMITED. Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 10.
- Sari, D. P. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, LOKASI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>

- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). Research methods for Business A Skill-Building Approach. In Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research.
- Setiawan, M. S. & Rachmawati, I. (2019). Strategi Digital Content Marketing Eiger Melalui Media Sosial Instagram. Prosiding Manajemen Komunikasi, 5.
- Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.
- Sugiyono. (2014a). Metode penelitian manajemen : pendekatan : 1. kuantitatif, 2. kualitatif, 3. Kombinasi (mixed methods), 4. penelitian tindakan (action research), 5. penelitian evaluasi . Alfabeta.
- Sugiyono. (2014b). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sukatmadiredja, N. R., Rosita, W. M. & Mahardika, S. (2019). STRATEGI PEMASARAN MELALUI ANALISIS SWOT PADA PERUSAHAAN KOPI LOKAL.
- Ul Huda, I., Karsudjono, A. J. & Darmawan, R. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen, 11(1).
- Wekke, I. S. (2019). METODE PENELITIAN SOSIAL. Gawe Buku.
- Wicaksana, I. (2021). PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN USIA MUDA. Jurnal Manajemen Kewirausahaan, 18, 1. <https://doi.org/10.33370/jmk.v17i2.507>
- Yunani, A. & Kamilla, Z. N. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok terhadap Minat Beli @Somethincofficial Melalui Brand Awareness. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(2), 3809–3825. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4100>
- Yusuf, R., Hendrayati, H. & Wibowo, L. A. (2020). PENGARUH KONTEN PEMASARAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN. Jurnal Manajemen Dan Ilmu Sosial.