

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2020). ANALISIS FAKTOR GAYA HIDUP SEHAT DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP NIAT BELI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM HERBALIFE INDONESIA. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Volume 8 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 257.
- Al Zulhijjah, M. M. i Muhammad, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Utama Banjarmasin. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 102-103.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi VI)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, M. (2021). ANALISIS DIGITAL MARKETING PADA HOTEL KILA DI KABUPATEN LOMBOK BARAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, Volume 6 Nomor 1.
- Asrianti, N., Kambolong, M. i Bake , J. (2016). PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MOTOR PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK. CABANG KENDARI. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 169.
- Azwar, S. (2001). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2001). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bening, B. i Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia. *International Conference on Technology, Education and Sciences*, 138-148. Pabrano z lokalizacj <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/incotes/index>

- Bening, B. i Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta. *International Conference on Technology, Education and Sciences*, 138–148.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation, and Practice*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Chen, M.-F. (2009). FOOD-RELATED LIFESTYLE AND TRUST-IN-FOOD-SAFETY TYPOLOGY IN TAIWAN. *Department of Business Management*, DOI:10.1080/13698575.2011.615825.
- Diyah, I. A. i Wijaya, T. (2017). Determinant Factors of Purchase Intention on Green Product. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(1), 54–62.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriana, I. N. i Cahyanti, M. M. (2022). Peran healthy lifestyle dan advertising intrusiveness terhadap repurchase intention mie instan Lemonilo. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 112–119.
- Forrest, P. (2019). Content Marketing Today,. *Journal of Business and Economics*, , 10. [https://doi.org/10.15341/jbe\(2155-7950\)/02.10.2019/001](https://doi.org/10.15341/jbe(2155-7950)/02.10.2019/001).
- Genelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Tom 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8) (Tom 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harnie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E. i Hanafiah, H. (2023). *PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN*. Bali: Intelektual Manifes Media.

- Indita, D. A. i Dita, M. (2022). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA A.D.A SOUVENIR PROJECT. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, Vol.2, No.2, Juni 2022, 466 – 477.
- Irawan. (2020). Edukasi Protokol Kesehatan Dan Strategi Pemasaran Online Melalui Program Kemitraan Masyarakat Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Masyarakat Mandiri Pontianak*, 655-661.
- Istikharotullaila i Narisa, N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Orientasi Belanja Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 23.
- Karr, D. (2016). *How to map your content to unpredictable customer journeys* (Tom 9). San Francisco: Meltwater Outside Insight.
- Kementrian Kesehatan. (2023, Juli 18). *Kemenkes*. Pabrano z lokalizacji ayosehat.kemkes.go.id: <https://ayosehat.kemkes.go.id/5-gaya-hidup-remaja-agar-sehat-dan-tetap-glowing>
- Koetjaraningrat. (2016). *Pengantar Ilmu Antropologi. Cetak IV Edisi Revisi*. Jakrta: PT. Rineka Cipta.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Lianovanda, D. (2024, March 13). *Apa Itu Modernisasi? Ini Pengertian, Ciri, Dampak, & Contoh*. Pabrano z lokalizacji [brainacademy.id: https://www.brainacademy.id/blog/apa-itu-modernisasi](https://www.brainacademy.id/blog/apa-itu-modernisasi)
- Musnaini, Suherman , W. H. i Indrawan, I. (2020). *DIGITAL MARKETING*. Purwokerto: Pena Persada.

- Norris, D. (2016). *Content Machine outlines a strategy for using content marketing to build a 7-figure business with zero advertising*. (Tom 2). (N. Patel, Red.) U.S.A: Dan Norris, 2016. doi:0995404429, 9780995404427
- Pulizzi, J. (2009). *Get Content Get Customers: Turn Prospects into Buyers with Content Marketing*. New York : McGraw-Hill.
- Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less* (Tom Version 2.0). United State America: McGraw Hill Professional, 2013. doi:0071819916, 9780071819916
- Rismiati, E. C. i Suratno, I. B. (2001). *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Riyanto, A. D. (2023, April 18). *andi.link*. Pabrano z lokalizacj i andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Rozia i Ima, N. (2020). “Pengaruh Hedonic Shopping dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Pondok Pesantren Darussalam Bangunsari Ponorogo. *Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 28. Pabrano z lokalizacj i http://etheses.iainponorogo.ac.id/8903/1/skripsi_ima.pdf
- Semiawan, C. R. (2010). *Metodei Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Setiawan, G. (2004). *Impelemtasi dalam Birokrasi Pembangunan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Setiawan, I., Kartajaya, H. i Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. doi:9786020621173
- Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, J. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taiminen, H. M. i Karjaluoto, H. (2015). The Usage of Digital Marketing Channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 633-651.
- Triantoro, D. A. (2019). Praktik Politik Identitas dalam Akun Media Sosial Anies-Sandi. *ILMU KOMUNIKASI*, 21.
- Ulfah, M., Ellyawati, N. i Astuti, R. F. (2022). Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 14 No. 2.
- Usman, N. (2002). *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: Grasindo Publisher.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30.
- Wong, A. K. i Yazdanifard, R. (2015). The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 1055–1064.