

DAFTAR PUSTAKA

- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram : Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2), 1–10.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik* (Revisi). Rineka Cipta.
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1–20.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 140–157.
- Chaffey, D., & Elis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing Sixth Edition*. Pearson Education Limited.
- Dahmiri. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Equity terhadap Minat Beli. *Kinerja*, 17(2), 194–201.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). Analisis implementasi strategi content marketing dalam menciptakan customer engagement di media sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung. *Menara Ilmu*, XV(02), 100–116. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/2028>
- Fauzy, V. P., & Lubis, E. E. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru. *Ilmu Komunikasi*, 3, 1–15.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Debby Arisandi Halaman 61 dari 76 JMD. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 61–76. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Gamble, S. (2016). *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Willey.
- Haqu, R., & Eryad, F. A. (2020). Eksistensi media televisi di kalangan remaja. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38–44. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Hendryadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman*

- Penelitian Bisnis dan Akademik*. : Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Hussein, A. S. (2016). The Effect of Trust and Brand Engagement on Mobile Telecommunication Customer Loyalty : the Mediating Effect of Brand. *Konferensi Nasional Riset Manajemen, October*, 1–9.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10734.82245>
- Kamuri, K. J. (2021). Analisis Peran Digital Content Marketing Bagi Wirausaha Milenial Di Kota Kupang Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management, 14*(2), 225–238. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4784>
- Karr, D. (2016). How to map your content to unpredictable customer journeys. *Meltwater Outside Insight, 9*. [http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping Content Marketing eBook.pdf](http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping_Content_Marketing_eBook.pdf)
- Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page.
- Komariah, A., & Satori, D. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (36th ed.). PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mueller, M. J. (2019). *AN ANALYSIS OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES ON INSTAGRAM* (Issue July).
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement*. 167–176.
- Pangestika, W. (2019). Mengenal Konsep dan Penerapan Digital Marketing yang Harus Anda Ketahui. *Jurnal Komunikasi*.
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Media Komunikasi, 8*(2), 45–57.
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen, 2*(1), 43–54. <https://doi.org/10.34308/eqien.v6i2.93>
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing

- Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok . co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 114–128.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. In Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (Third). SAGE Publications Ltd.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Alfabeta.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Zulfikar, A. R., & Mikhiriani. (2017). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompok Dhuafa Cabang Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, 1, 279–294.