

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dewi, N. P. S., Suri, I., Agustin, S. M., Wahjuwibowo, I. S., Hereyah, Y., Utoyo, A. W., Zaman, K., Angelia, C. R., Parulian, N. A., Wuryanta, E. W., Astagini, N., Aziz, M. H., & Lolita, T. L. V. (2024). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penamuda Media.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Vol. 19, Issue 5). Remaja Rosdakarya.
- Gunelius, S. (2011). *Content Marketing For Dummies*. Wiley Publishing, Inc.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar: Pengantar Ilmu Komunikasi*. UMSIDA Press.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. UMSIDA Press.
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Mathey, A. (2015). Content Marketing 101 : Creative Content Marketing for Canadian Artist and Cultural Organizations. *White Paper*, 1–39.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Pulizzi, J., & Piper, B. (2023). *Epic Content Marketing*. New York: McGraw Hill.
- Rachmad, Y. E., Setiawan, Z., Purwoko, Nora, L., Syamil, A., Risdwiyanto, A., Munizu, M., & Manaf, P. A. (2023). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Studi Kasus*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rukminingsih, Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan* (Vol. 53, Issue 9). Erhaka Utama.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.
- Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Susilo, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran Digital Brand dan Isu Keberlanjutan dalam Pemasaran*. Literasi Nusantara Abadi Group.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Issue 112). Kencana.

Jurnal

- Amalia, C. D. (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.
- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(4), 98–107.
- Antika, A., & Maknunah, L. L. U. (2023). Pengaruh Konten Marketing Terhadap

- Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop. In *Jurnal Sadewa : Publikasi Ilmu Pendidikan, pembelajaran dan Ilmu Sosial* (Vol. 1, Issue 3, pp. 11–22). <https://doi.org/10.61132/sadewa.v1i3.34>
- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_Ta Di Masa Pandemi. In *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* (Vol. 2, Issue 1, pp. 135–146). <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2418>
- Harsiti, Muttaqin, Z., & Srihartini, E. (2022). Penerapan Metode Regresi Linier Sederhana Untuk Prediksi Persediaan Obat Jenis Tablet. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, 9(1), 12–16. <https://doi.org/10.30656/jsii.v9i1.4426>
- Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh content marketing instagram terhadap minat beli di masa pandemik Covid-19 (studi kasus pada sarawa.co). *E-Proceeding of Applied Science*, 7(e-Proceeding Appl. Sci.), 1–9.
- Nefrida, Riati, & Mustofa, R. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Berbelanja Online pada Media Instagram (Studi kasus: Mahasiswa STIE Persada Bunda di Pekanbaru). *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 166–183. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.1075>
- Silvia, D., Sari, M. S., Salma, N., & Sari, E. M. (2022). Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Property. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1010>
- Syaputri, D., Devita, S., & Listyani, U. (2023). Pengaruh Konten Marketing Tiktok @Hazellitaa Terhadap Minat Beli Baju Dishopee. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(1), 8–11. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.434>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran

Shopee Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>

Internet

- GoodStats. (2022). *5 Minuman Kekinian Favorit Masyarakat Indonesia, Ada Esteh Indonesia*. <https://goodstats.id/article/5-minuman-kekinian-favorit-masyarakat-indonesia-2022-ada-esteh-indonesia-dd6F8>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Mahmudan, A. (2022). *Warga Indonesia Paling Sering Akses Media Sosial di Internet*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/internet/detail/warga-indonesia-paling-sering-akses-media-sosial-di-internet>
- Muhammad, N. (2024). *Media Sosial Jadi Sumber Utama Gen Z dalam Mengakses Berita*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/09/media-sosial-jadi-sumber-utama-gen-z-dalam-mengakses-berita>