

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Dr. Syahyono, SE., M. (2023). Digital Marketing (Konsep & Strategi) (P. 79). Bandung : CV. Mega Press Nusantara.
- Teddy Dyatmika M.I.Kom. (2021). Ilmu Komunikasi (P. 3). Yogyakarta : Zahir Publishing.
- Wardhana, A. (2016). Sosial Media Marketing Strategy (Vol. 4, Issue 1) Purbalingga : EUREKA MEDIA AKSARA.
- Prof. H. Hafied Cangara, M.Sc., P. D. (2022). Perencanaan & Strategi Komunikasi. In Jakarta : Pt. Rajagrafindo Persada (Ed.), (P. 36).
- Dr. Afzil Ramadian, S.T., M. M., Fiandy Mauliansyah, S.I.Kom., M., & Sepriano, S.Sos., M. K. (2024). Digital Marketing (Meningkatkan *Brand awareness* Dan Konversi Penjualan) (P. 5). Jakarta : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Erwin, S.E., M.M... C.DMP., C., M.AB, D. A. D. S. S. E. ., Adi Masliardi, SE., M., Dr. Scherly Hansopaheluwakan, SE., M., Safar Dwi Kurniawan, M. K., Dr. Erlambang Budi Darmanto, S.T., M. ., & Dr. Nani Nurani Muksin, M. S. (2023). Bisnis Digital (Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini). In *Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini* (p. 57). Jambi : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Daniel Hermawan. (2021). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Pemasaran Konten (P. 6). Bandung : Unpar Press.
- Nicky Gillian Ratumbuysang, M. P., Prof. Dr. Dasim Budimansyah, M. S., Prof. Dr. Encep Syarief Nurdin, S.H., Drs., M.Pd., M. S., Prof. Dr. Dwi Atmono, M.Pd., M. S., & Syarfina Puteri Amima, M. B. (2024). Bandung : Digital Marketing Mastery Strategi Unggul Di Era Internet.

- Dr.Nursapia Harahap, M. . (2020). Penelitian Kualitatif. In D. H. S. M.A (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Wal ashri Publishing Jl. Ekarasmi Medan Sumatera Utara Cetakan pertama , Maret 2020 ISBN 978-602 5799- 68-6 vi.
- Dr. Saputra Adiwijaya, S.Sos., M. S., Dr. Anugerah Tatema Harefa, S.H., M. ., Dr. Santi Isnaini, S.Sos., M., Dr. Syarifa Raehana, S.Ag., M. A., Budi Mardikawati, M. P., dr. Rudy Dwi Laksono, SpPD., M.Ked (PD)., FINASIM., S., MH., MARS., M. P., Dr. Saktisyahputra, S.I.Kom., M. I. K., Ramdani Purnamasari, S.S., M. H., Windi Susetyo Ningrum, S Hum., M. S., Dr. Mayasari, M. P., Nopita Sari, M. P., & Fachruddiansyah Muslim, S.Pd., M. P. (2024). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Jambi : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ridlo, U. (2023). Metode Penelitian Studi Kasus: Teori dan Praktik. In *Uinjkt.Ac.Id*, Jakarat : Publica Indonesia Utama.
- Moleong, L. . (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nadjamoeddin, G. L. (2019). Mari Menenal Manajemen Kualitas (S. M. Rahayu (Ed.); Pertama). Surabaya : Pustaka Media Guru.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstruktif (Sofia (Ed.)). Bandung : Alfabeta.
- Sumarni Bayu Anita, S.Sos., M.A., C. (2022). *Entrepreneurship Communication*. Deepublish.

Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill.

Jurnal :

Ahmad, N. S., & Rosli, R. (2023). The Role of Social Media Content Marketing (SMCM) as a Digital Marketing Strategy towards the Internal Factors of Consumer Behavior among the Millennials. *Asia-Pacific Journal of Management and Technology*, 04(01), 35–41. <https://doi.org/10.46977/apjmt.2023.v04i01.005>

Ananda, N. R. F., & Halim, E. (2022). Impact of Reels Video Marketing on Customers' Purchase Intention. *Journal of Social Science*, 3(6), 2000–2015. <https://doi.org/10.46799/jss.v3i6.489>

Aqham, A. A., F, L. R. H. A., Huda, H. I., & Muthohir, M. (2024). *Pemanfaatan Digital Marketing Di UMKM Kampoeng Jadoel Melalui Media Sosial*. 2, 57–63.

Cahyaningrum, A. (2024). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRANDING UMKM (Studi Kasus: UMKM Joglo Bakso Pikul Enak Yogyakarta). *Ayan*, 15(1), 37–48.

Dr. Afzil Ramadian, S.T., M. M., Fiandy Mauliansyah, S.I.Kom., M., & Sepriano, S.Sos., M. K. (2024). *Digital Marketing (Meningkatkan Brand Awareness dan Konversi Penjualan)* (p. 5). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Dr. Saputra Adiwijaya, S.Sos., M. S., Dr. Anugerah Tatema Harefa, S.H., M. ., Dr. Santi Isnaini, S.Sos., M., Dr. Syarifa Raehana, S.Ag., M. A., Budi Mardikawati, M. P., dr. Rudy Dwi Laksono, SpPD., M.Ked (PD), FINASIM., S., MH., MARS., M. P., Dr. Saktisya Putra, S.I.Kom., M. I. K., Ramdani Purnamasari, S.S., M. H., Windi Susetyo Ningrum, S Hum., M. S., Dr. Mayasari, M. P., Nopita

- Sari, M. P., & Fachruddiansyah Muslim, S.Pd., M. P. (2024). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN KUALITATIF*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dr.Nursapia Harahap, M. . (2020). Penelitian Kualitatif. In D. H. S. M.A (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Wal ashri Publishing Jl. Ekarasmi Medan Sumatera Utara Cetakan pertama , Maret 2020 ISBN 978-602 5799- 68-6 vi. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Erwin, S.E., M.M... C.DMP., C., M.AB, D. A. D. S. S. E. ., Adi Masliardi, SE., M., Dr. Scherly Hansopaheluwakan, SE., M., Safar Dwi Kurniawan, M. K., Dr. Erlambang Budi Darmanto, S.T., M. ., & Dr. Nani Nurani Muksin, M. S. (2023). *Bisnis Digital (Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini)*. In *Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini* (p. 57). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Han, E., Lempert, L. K., Vescia, F., & Halpern-Felsher, B. (2024). Concerns Over Vuse e-Cigarette Digital Marketing and Implications for Public Health Regulation: Content Analysis. *JMIR Formative Research*, 8(1). <https://doi.org/10.2196/54661>
- Hariyanto, D. (2020). Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August, p. 2).
- Kamiliya, F. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Top Of Mind. *JURILMA: Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(1), 3046–9538.
- Lou, C., & Xie, Q. (2021). Something social, something entertaining? How digital content marketing augments consumer experience and brand loyalty.

International Journal of Advertising, 40(3), 376–402.
<https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1788311>

Melati, K. R., Hardoyo, & Lala Hucadinota Ainul Amri. (2023). Design Mechanisms in Increasing the Growth of Plus Batik MSME's Instagram Accounts. *Mediakita*, 7(2), 198–219. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i2.872>

Nicky Gillian Ratumbuysang, M. P., Prof. Dr. Dasim Budimansyah, M. S., Prof. Dr. Encep Syarief Nurdin, S.H., Drs., M.Pd., M. S., Prof. Dr. Dwi Atmono, M.Pd., M. S., & Syarfina Puteri Amima, M. B. (2024). *Digital Marketing Mastery Strategi Unggul Di era Internet*.

Nifta Alifatul Khotijah, Andre Rohmanto, & Ign. Agung Satyawan. (2024). Comparative Study of Digital Marketing Communication Strategies of Somethinc, Scarlett Whitening, and Skintific Brands Through TikTok Live Streaming Media. *Journal of Social Interactions and Humanities*, 3(1), 47–62. <https://doi.org/10.55927/jsih.v3i1.8620>

Nur, L. (2025). *Perancangan Strategi Digital Marketing Pada Produk Mbul Dimsum Dengan Menggunakan Metode SOSTAC*. 12(1), 886–891.

Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 59–69. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33406>

Rachmi Oktora Citra Rahayu, & Hendrati Dwi Mulyaningsih. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 136–145.

<https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.544>

Rahayu, C. P., & Witjaksono, B. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic word of mouth Terhadap Purchase decision Melalui Brand Awareness Pada Produk Kopi Kenangan. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 88–105. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i2.163>

Ridlo, U. (2023). Metode Penelitian Studi Kasus: Teori dan Praktik. In *Uinjkt.Ac.Id. Publica Indonesia Utama*.
<https://notes.its.ac.id/tonydwisusanto/2020/08/30/metode-penelitian-studi-kasus-case-study/>

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
<https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>

Website, G. (2024). *Data Pengguna Instagram 2024 Indonesia no. 4 Terbanyak Dunia*. Garuda Website.

Zilfania Rizal, V. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 75–87.