

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *Digital Marketing*.
- Diamond, S. (2016). *Content marketing strategies for dummies*. John Wiley & Sons.
- Evans. (2021). *Social Media Marketing*. Wiley Publishing, Inc.
- Fuchs, C. (2024). Social Media Marketing. In *Media* (Vol. 58, Issue 10).
- Komalasari, D. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*.
<https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen pemasaran, edisi 13. *Jakarta: Erlangga*, 14, 178–179.
- Kusumadmo, E. (2013). Manajemen Strategik Pengetahuan. *Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif/Lexy J. Moleong*.
- Panuju, R. (2019). Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran. In *Prenada Media Group*.
- Philip, setiawan iwan kartajaya hermawan kotler. (2017). *Marketing 4.0_ Bergerak dari Tradisional ke Digital.pdf*.
- Prajarini, D. (2021). *Media Sosial Periklanan-Instagram*. 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 Education New York, NY.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.

Rauf, A., Manullang, S. O., P.S, T. E. H., Diba, F., Akbar, I., Awalludin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). Konten Digital Marketing. In *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*.

Setiawan, I., & Savitry, Y. (2016). *New content marketing*. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2023). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).

Widiatmika, K. P. (2015a). Komunikasi pemasaran. In *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (Vol. 16, Issue 2).

Widiatmika, K. P. (2015b). STRATEGI BRANDING. In *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (Vol. 16, Issue 2).

Sumber Jurnal

Ardhya, R. P., Kholik, A., & Rizki, M. F. (2020). Strategi Content Marketing Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Bias Education. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(3), 16814–16824.

Audia, N. T., Sudrajat, A., Studi, P., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Karawang, U. S. (2023). *Pengaruh Brand Awareness dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Pada UMKM Kerupuk Rajungan*. 3.

Ekonomi, J., Permana, E., Amanda, N., Fhadya, N., & Aninda, D. (2024). *Penerapan Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness Produk Skincare Skintific*. 1.

- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Erwin Permana, Nadya Amanda, Noer Fhadya Dwi Aninda, & Syamsurizal. (2024). Penerapan Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1(1), 60–75. <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i1.308>
- Faradila, Maskuri, S., Ponirin, & Wanti, S. (2023). Strategi Content Marketing Dalam Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram Out of the Box. *Journal of Islamic Digital Economic and Management*, 1(1), 283–290.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Jurnal, J., & Mea, I. (2024). PERAN CONTENT MARKETING INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PADA USAHA SPRINGSHOP – PLW JIMEA | *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 1–17.
- Nisa Alifah Zahra. (2024). Strategi Content Marketing Pada Media Sosial Tiktok Gebcell. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 157–173. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.939>
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>

Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. *CommIT Journal*, 16(1), 9–18.
<https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.7583>

Z-score, A., Distress, F., Bunga, S., & Z-score, A. (2022). *NAMARA: Jurnal Manajemen Pratama*. 1(4).

Zuniananta, L. E. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37–42.

Sumber Website

Hootsuite. (2024, Februari 5). Instagram marketing in 2024: The ultimate guide. Hootsuite Blog. <https://blog.hootsuite.com/instagram-marketing/>

Statista. (2024). Number of monthly active Instagram users worldwide from January 2013 to January 2024. Statista. <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>

HubSpot. (2024, Maret 10). The beginner's guide to content marketing strategy. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/marketing/content-marketing>