

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Hafni Sahir, S. (n.d.). *Metodologi Penelitian*.

Iba, Z. (2024). *ANALISIS REGRESI DAN ANALISIS JALUR UNTUK RISET BISNIS MENGGUNAKAN SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0*. JAWA TENGAH: EUREKA MEDIA AKSARA.

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

JURNAL

Aji Prasajo, & Sri Aliami. (2024). Application of Content Marketing in Building *Brand* Awareness on Instagram. *Journal of Management and Creative Business*, 2(2), 103–113. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i2.2284>

Amalia, D. C. (2020). Indikator content marketing: Relevansi, akurasi, bernilai, mudah dipahami, dan konsisten. <https://journalcenter.org/index.php/jupsim/article/download/4063/3214/14970>.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson.

Dhiyah Eloise Rose*1, J. v. (2024). *digital Marketing Strategy in Enhancing Brand Awareness and Profitability of E-Commerce Companies*. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 160-161.

Fill, C., & Turnbull, S. (2022). *Marketing communications: Discovery, creation and conversations* (8th ed.). Pearson.

- Hardiana, C. D. (2025). Pengaruh pemasaran konten (content marketing) dan customer engagement terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis, STIE Bisnis Internasional Indonesia*. <https://e-jurnal.stiebii.ac.id/index.php/ekonomibisnis/article/view/303>.
- Hardjianto, K. (2024, Juli 6). Penelitian Terdahulu Adalah: Tujuan, Manfaat & Cara Membuat. Diambil kembali dari [yakampus.com: https://yakampus.com/penelitian-terdahulu/](https://yakampus.com/penelitian-terdahulu/)
- Hasna Eliza Ekaputri^{1*}, F. A. (2021). The Effect of Creative Content to Increase *Brand Awareness: Information Technology-Based Marketing* . *International Journal of Research and Applied Technology*, 410.
- Jatmiko. (2025). KOMUNIKASI PEMASARAN SEBAGAI STRATEGI MEMPERLUAS PASAR. esaunggul.ac.id.
- Jayanti¹ Arinta, K. (2023). SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI TIKTOK SEBAGAI SARANA PEMASARAN PRODUK UMKM FASHION ‘TULUS SIGNATURE’ DAN ‘GHAFFA THE LABEL’. *NOCTIS- Vol 02, No 01* (2023), 18.
- Jurnal Pendidikan Ekonomi, J., Manajemen, dan, Fahimah, atul, Anwar, H., Manajemen, J., Ekonomi, F., & A Wahab Hasbullah Tambakberas Jombang, U. K. (n.d.). DIMENSI CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT. 6(2), 2022. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v6i2.2599>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15th global ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Khairifa, F. (2024). THE FUTURE OF *DIGITAL* MARKETING COMMUNICATION: STRATEGIES . *Journal of Communication and Social* , 6.
- Maola, I., & Luthfi, H. (2022). Pengaruh content marketing terhadap *brand awareness*. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas* [detail spesifik dari repository]. Diakses dari Garuda Kemdikbud.
- Manis, S. (2025, Februari 17). Pengertian Komunikasi Pemasaran, Bauran, dan Strategi Komunikasi Pemasaran Menurut Para Ahli Lengkap. Diambil kembali dari [pelajaran.co.id: https://www.pelajaran.co.id/pengertian-komunikasi-pemasaran-bauran-dan-strategi-komunikasi-pemasaran-menurut-para-ahli/](https://www.pelajaran.co.id/pengertian-komunikasi-pemasaran-bauran-dan-strategi-komunikasi-pemasaran-menurut-para-ahli/)
- Pulizzi, J., & Piper, B. (2023). *Epic content marketing* (Edisi kedua). McGraw-Hill Education.

- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2021). Pengaruh content marketing Instagram terhadap *brand* awareness. Jurnal Komunikasi Digital, [volume/issue]. <https://ejurnal.umiba.ac.id>.
- Pramesworo, I. S. (2024). Analysis Of The Interaction Between Marketing Communication Strategies And Economic Factors In Consumer Decision Making: Integrating Microeconomic Perspective And Communication Theory . International Journal of Artificial Intelligence Research , 3-7.
- Putri, F. (2025, Agustus 19). Marketing Communication: Manfaat, Contoh, hingga Strateginya. Diambil kembali dari dibimbing.id: <https://dibimbing.id/en/blog/detail/marketing-communication-adalah>
- Rehman, S. u. (2022). Developing the Integrated Marketing Communication (IMC) through Social Media (SM): The Modern Marketing Communication Approach. Sage Journal, 3-6.
- Sahir. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif: Uji validitas dan reliabilitas. CV Penerbit Akademik.
- Siti Khoziyah, E. E. (Maret 2021). PENGARUH *DIGITAL* MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN . Jurnal Ilmu Komunikasi | Vol. 10 No. 1,, 40.
- Sugeng, A. (2018). Pengaruh integrated marketing communication (IMC) terhadap *brand* awareness pada wisata Dusun Semilir Semarang [Skripsi, Universitas Semarang]. <https://repository.usm.ac.id/files/journalmhs/G.331.18.0022-20220221124748.pdf>.
- Surjono, W. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran *Digital* dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus pada Perusahaan Start-up Teknologi di Indonesia. Jurnal Mandalika Literature, 18-29.
- Sofiani, N. (2023). Peran komunikasi pemasaran dalam meningkatkan *brand* awareness dan penjualan: Pendekatan strategi. Jurnal Manajemen dan Organisasi Mahasiswa Locus, 2(1), 1208-1217. <https://journal.bukitpengharapan.ac.id/index.php/MOMIL/article/view/392>.
- Tampenawas, I. W. (3 Agustus 2023). PENGARUH INFLUENCER MARKETING, CONTENT MARKETING DAN EFEKTIVITAS TIKTOK AFFILIATE TERHADAP *BRAND* AWARENESS SKINCARE HANASUI (STUDYKASUS PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS SAM RATULANGI ANGKATAN 2023) . Jurnal EMBA, 772-784.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2023). Social media marketing (4th ed.). Sage Publications.

Yunita^{1*}, D. (: 03 November 2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan *Brand Awareness* bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Journal of Sriwijaya Community Services*, 91-92.

WEBSITE

- A, Q. (2020). Pengertian Kerangka Pemikiran: Cara Membuat dan Contoh. Diambil kembali dari gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kerangka-pemikiran/>
- Arifin, R. D. (2023, Oktober 25). Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll.
- Fazriyah, N. (2022). Strategi komunikasi dalam proses pembelajaran online pada dosen dan mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran islam angkatan 2019. .
- Fill, C. (2020). *Marketing communication: interactivity, communities and content*. London: Pearson Education Limited.
- Irsyad Kamal, K. K. (2021). *Bisnis di Era digital? Why Not?* Bandung: Yrama Widya.
- Kemp, S. (2025, Februari 25). *Digital 2025: Indonesia*. datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Maulana, I. (2022, Mei 25). Apa itu *Content Marketing*? Yuk Kenali Lebih Jauh Lagi!
- Mendo, A. Y. (2022). Pengantar Manajemen dan Bisnis. In Yayasan Hamjah Diha.
- Primatyassari, N. (2022, February 23). Komunikasi Pemasaran: Pengertian, Peran, Ruang Lingkup, dan 6 Tujuannya. Diambil kembali dari ekrut.com: <https://www.ekrut.com/media/komunikasi-pemasaran>
- Putri, F. (2025, Agustus 19). *Marketing Communication: Manfaat, Contoh, hingga Strateginya*. Diambil kembali dari dibimbing.id: <https://dibimbing.id/en/blog/detail/marketing-communication-adalah>
- Redaktur. (2024, Februari). *Penelitian Terdahulu Menurut Sugiyono: Panduan Lengkap dan Terperinci*. Diambil kembali dari bacalagers.com: <https://bacalagers.com/penelitian-terdahulu-menurut-sugiyono/>
- Riadi, M. (2022). *Persepsi Konsumen - Pengertian, Proses Pembentukan, dan Jenis*. Kajian Pustaka.

- Roni Angger Aditama, S. M. (4 Jul 2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.
- Thabroni, G. (13-10-2022). *Brand Awareness: Pengertian, Tingkatan, Indikator, Peran & Cara Membangun*. Manajemen & Bisnis.
- THABRONI, G. (17-10-2022). *Brand Image (Citra Merek): Pengertian, Indikator, Manfaat, dsb. Manajemen & Bisnis*.
- Thabroni, G. (2022, April 28). *Manajemen : Pengertian, Unsur Pokok, Tujuan & Fungsi*. Diambil kembali dari serupa.id: <https://serupa.id/manajemen-pengertian-unsur-pokok-tujuan-fungsi/>
- Tanaya, M. (2025, Agustus 7). *Digital Marketing, E-Commerce, Productivity, Social Media*. marketingonline.id: <https://marketingonline.id/aida/>
- Yunus, M. (2019). *digital Branding Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Zahran, Z. F. (2021). *Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya*. Gramedia Blog. www.gramedia.com

