

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: Uji Validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2*". Bogor: Guepedia.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Griffin , E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look At Communication Theory Tenth Edition*. New York : Mc-Graw Hill.
- Hasanah, E. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: UAD PRESS.
- Hidayat, A. A., & Uiyah, M. (2015). *Buku Ajar Kebutuhan Dasar Manusia*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakad Media Publishing.
- Norhabiba, F. (2018). *Aplikasi Elaboration Likelihood Model Theory dalam Iklan Calon Gubernur 2018 terhadap Perilaku Memilih*. Jakarta.
- Sanjaya, W. (2013). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, S. E., & MM, S. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.

JURNAL

- Airin, A., Aditya, A., Ramly, A., Marcelo, M., Theodora, O., & Kuntjoro, A. P. (2019). Faktor-Faktor yang Menghalangi Penjualan Rempeyek Skala Kecil. *FAKTOR-FAKTOR YANG MENGHALANGI PENJUALAN REMPEYEK SKALA KECIL*.
- Anwar, R. P. (2019). *The effect of korean wave on young generation and creative industry in indonesia. October*.
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 53.
- Astuti, S. W., & Cahyadi, I. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Majalah Ekonomi*, 151.
- Bisri, M. H., & Pitoyo, P. (2022). KONTEN MARKETING INSTAGRAM DAN BRAND IMAGE PADA MINAT PENGGUNAAN JASA PERENCANA KEUANGAN. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 190-205.
- Damayanti, E., & Pamungas, I. N. (2018). Konten Digital Marketing Melalui Instagram Warteg Hipster Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 118.
- Efendi, & Susanti, F. (2019). PENGARUH BRAND EQUITY DAN PROMOTION MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIOMI PADA MAHASISWA MANAJEMEN STIE–KBP PADANG. *OSF Reprints*.
- Fadhila, A., & Mustikasari, A. (2020). pengaruh Promosi Social Media Instagram Terhadap Brand Awareness (case Study: Pt Rapid Teknologi Indonesia Pada Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*,.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). PENERAPAN INTERNET MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA UMKM. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*.

- Kemp, S. (2022, February 15). *Digital 2022: indonesia*. Diambil kembali dari Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kusuma, B. A., & Putri, B. S. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*.
- Luviana, G. A., Sembiring, E., & Prami, A. D. (2022). PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (INSTAGRAM ADVERTISEMENT) DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP MINAT BELI DI AYRIN MOMS & BABY CARE. *Journal of Applied Management Studies (JAMMS)*.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*.
- Mahmudah, S., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*.
- Mulyaputri, V. M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 93.
- Novikasai, I. (2016). Uji Validitas Instrumen. *academia-edu*, 4-5.
- Pangestu, Q. D., & Tranggono, D. (2022). PENGARUH CONTENT MARKETING INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE DISNEY+HOTSTAR DI MASA PANDEMI COVID-19. *Signal*.
- Paquette, H. (2013). Social Media as Marketing Tool. *A Literature Review*, 4.
- Rahmadanti, A. R., Aditasari, K., & Wibawa, B. M. (2021). Efektivitas Strategi Iklan dengan Menggunakan Instagram Ads untuk Meningkatkan Penjualan dan Branding Produk: Studi Kasus Privet. id. *Jurnal Sains dan Seni ITS*.
- Ramayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Riani, N. (2017). MODEL PERILAKU PENCARIAN INFORMASI GUNA MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI(STUDI LITERATUR). *Publis Journal*, 15.
- Syafitri, I., & Yulianto, K. (2021). Pengaruh Iklan Instagram Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*.

- Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement pada TESTOEFL. ID. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 7(2).
- Surjadi, C. C., Teofilus, T., Gosal, G. G., Setiobudi, A., & Mudzakkir, M. F. (2023). ELM (Elaboration Likelihood Model) paradigm in snack SMEs: Experimental study. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 318.
- Susanto, & Sari, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Z Coffee Shop Palembang dalam Upaya Menciptakan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Vanessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 51, No. 1*.
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT Di Kota Bandung. *LONTAR: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*.

WEBSITE

- KEMP, S. (2022, Februari 15). *Datareportal*. Diambil kembali dari Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Zenbodysoap.id. (2022, April). *Instagram*. Diambil kembali dari Instagram: <https://www.instagram.com/p/Ccj3QN3JBJ2/>
- Zenbodysoap.id. (2021, Desember 18). *Instagram*. Diambil kembali dari Instagram: <https://www.instagram.com/p/CXm5Iyyj0J7/>
- Zenbodysoap.id. (2022, November 21). *Instagram*. Diambil kembali dari Instagram: <https://www.instagram.com/zenbodysoap.id/>