

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 325–333.
- Agus Ria Kumara, M. P. (2018). *Buku Ajar Penelitian Kualitatif*.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). Analisis implementasi strategi content marketing dalam menciptakan customer engagement di media sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung. *Menara Ilmu*, XV(02), 100–116.
- Falha Kaysa, & Puji Rianto. (2024). Dari Khalayak pengguna ke Interaksi: Strategi Content Creator Kuliner di Yogyakarta dalam Membangun Engagement. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 4(1), 41–56. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol4.iss1.art4>
- Huberman, M. B. M. dan A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (Second Edition)* (R. Holland (ed.); 2 ed.). SAGE Publications.
- Kartawaria, J. R., & Normansah, A. C. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up Penulis 1). 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.55122/kom57.v4i1.748>
- Klaasvakumok Jehezkielomi Kamuri. (2021). *Analisis Peran Digital Content Marketing Bagi Wirausaha Milenial Di Kota Kupang Dalam Masa Pandemi Covid-19*.
- Mahda, A., Zuhra, A., & Handayani, W. (2024). Analisis Content Marketing Pada Instagram @Foreverbloomjewelry Dalam Meningkatkan Minat Pembelian. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2024(19), 190–199. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14043143>
- Mustika, W., & Kurniawati, D. M. (2022). *Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Handuk Pada Marketplace “X.”*
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12.
- Purwa, I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *MSIP*, 2(1).
- R. Yuniardi Rusdianto, & Andri Rizal Setiawan. (2024). Penerapan Strategi Marketing Dalam Pembuatan Konten Menggunakan Softselling Dan Hardselling Pada Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness Kisana. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 2(1), 130–137.

<https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i1.2548>

- Rachman, N. S., Permatasari, T. M., Apriani, E., Permana, I., Latif, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Pelita Bangsa, U. (2024). *Analisis Content Marketing, Viral Marketing, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Instagram Pada Brand Es Teh Indonesia*.
- Rachmawati, I. N. (2007). *Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara*.
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *Anuva*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.29-42>
- Sadr, M. B., & Madiawati, P. N. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention Yang Dipengaruhi Oleh Brand Image Pada Instagram McDonald's Indonesia. *e-Proceeding of Management*, 10(1), 139–148.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1).
- Siregar, A. I. (2024). *Digital Marketing dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital : Kajian Konseptual*. 24(3), 2921–2930. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5678>
- Sopari, R. M., Alawiyah, W. D., Bisnis, A., Negeri, P., & Indonesia, B. (2024). *Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung*. 7(3), 356–369.
- Sudirman, A. (2022). *The Aart Of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*.
- Sulistiyo Budi Utomo, Dr Andriya Risdwiyanto, L. J. (2002). *Pemasaran Digital* (Nomor 1).
- Wibawa, A. E. Y. (2021). Implementasi Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Daring Di MI Muhammadiyah PK Kartasura Pada Masa Pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 0, 76–84.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2, 1–8.

WEBSITE

Amira K. (2021). *Technology Pengertian Engagement Media Sosial hingga Jenis dan Cara Menghitung!* Retrieved from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/engagement-adalah/?srsltid=AfmBOor2ThnF4wPl3SdbvbZL2WNP1KR5BrCyqjjvUJQzqPWB73FfuHED>

Hanif, L. V. (2023, Juli 21). *Platform Digital Adalah: Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya.* Retrieved from toffeedev.com: <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/platform-digital-adalah/>

Azis, Y. A. (2023, Maret 20). *Lembar Observasi Penelitian: Pengertian, Cara Membuat dan Contoh.* Retrieved from deepublishstore.com: <https://deepublishstore.com/blog/lembar-observasi-penelitian/?srsltid=AfmBOooS0mBjBwumCyC0ikr09syDLyO-xfaEWhs7WRat0B3okcvjERII>

Pujiati. (2025, Januari 19). *Pedoman Wawancara dalam Penelitian & Cara Membuatnya.* Retrieved from penerbitdeepublish.com: <https://penerbitdeepublish.com/pedoman-wawancara/>