

DAFTAR PUSTAKA

- Alfifto, Siringoring, & Hasman. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Geprek Benua Mongonsidi Medan, *Jurnal Manajemen Tools*, <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/download/4044/3694/>
- Antasari, C., & Pratiwi, R.D. (2022). Pengaruh Efektivitas Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness, *Jurnal Ekonomi Dinamis*, <https://journalpedia.com/1/index.php/jed>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Astuti, A. W., Sayudin, & Muharam, A. (2023). Perkembangan Bisnis Di Era Digital, *Jurnal Multidisplin Indonesia*, <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp>
- Elaydi, H. O. (2018). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness through Facebook: An Individual-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt. *Open Access Library Journal*, 05(10), ISSN: 2333-9721. doi: 10.4236.
- Fadhillah, N. S., & Setyorini, R. (2021). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Menciptakan Customer Engagement Di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung, *Jurnal Penelitian Dan Kajian*, Doi: <https://doi.org/10.31869/Mi.V15i2.2028>
- Fikri, M.E., & Pane D.N. (2020), Factors Influencing The Tourist Decision To Visit The Natural Attractions: A Case Of Langkat Regency, North Sumatera Province, Indonesia, *International Journal Of Economics, Commerce and Management*, <https://www.researchgate.net/publication/347154421>
- Fikri, M.E., Poluan, N.A., Ahmad, R., Pane, D.N., & Rahmadani. (2024). Village Marketing Digitalization Model: Based on Behavior and Community Readiness. *Journal of Research in Social Science And Humanities*. DOI: <http://dx.doi.org/10.47679/jrssh.v4i2.183>.
- Fikri, M.El., Baskoro, D.A., & Ahsan, J. (2024). Pendampingan Usaha Penyewaan Alat Camping Melalui Penerapan Digitalisasi Pemasaran Pada Kelompok Gerakan Pramuka, <https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/61408/1/Article.pdf>

- Fikri, M.El., Nasir, M., & Poluan, N.A.E. (2024). Digitalization Of Village Tourism Marketing In Sustainability, *International Proceeding Journal On Finance, Economics, And Management*, <https://Proceedings.Unimal.Ac.Id/Icofeb/Article/View/1072>
- Fikri, M.El., Pane, D.N., & Ahmad, R.(2020). Factors Affecting Readers' Satisfaction in "Waspada" Newspapers: Insight from Indonesia, *International Journal of Research and Review*, www.ijrrjournal.com
- Fikri, M.El., Pane, D.W., & Andika, R. (2020). Strate gy to Enhance Purchase Decisions through Promotions and Shopping Lifestyles to Supermarkets during the Coronavirus Pandemic: A Case Study IJT Mart, Deli Serdang Regency, North Sumatera, *Saudi Journal of Business and Management Studies*, <https://saudijournals.com>.
- Fikri, M.EL., Poluan N.A., Et Al.,(2024). Village Marketing Digitalization Model: Based On Behavior And Community Readiness, *Journal Of Research In Socialscienceandhumanities*,Doi:Http://Dx.Doi.Org/10.47679/Jrssh.V4i2.18
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning Strategy). Cetakan Pertama, Surabaya: Qiara Media.
- Gunarso D., Natanael F., & Enrico I. J (2021). Digital Marketing Calender Untuk Bisnis Kuliner : Pendampingan Social Media Instagram @Inidapurmakwaw Untuk Keberlangsungan Di Era New Normal, *Jurnal Abdimas Dan Kearifan Lokal*, <https://doi.org/10.25105/Jamin.V3i2.10424>
- Haq, S.H., & Patria, A. S. (2022). Perancangan Template Feed Instagram Sebagai Media Promosi Café Ulala (Unesa Learning Laboratory) Surabaya, *Jurnal Barik*, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jdkv/article/view/44910>
- Heinze, A. & Huertas, A. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika, *JurnalEconomi*, https://www.researchgate.net/publication/373662164_Analisis_Strategi_Digital_Marketing_Di_Perusahaan_Cipta_Grafika/Link/64f721c30c8ef770856cc874/download?_tp=Eyjjb250zxh0ijp7imzpcnn0ugfnzsi6inblymxpy2f0aw9uiiwicgfnzsi6inblymxpy2f0aw9uin19
- Herdiyani, S., Barkah, C.S., Auliana L., & Sukoco I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Bisnis, *Jurnal Administrasi Bisnis*, DOI: 10.26593/jab.v18i2.5878.103-121
- Jain, & Ponde S. (2019). Digital Marketing: Concepts and Aspects., *International Journal of Advanced Research*, volume 7, nomor 2, halaman 260–266.

- Kadiri, E. H. & Jauhari, T. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Testoeftl.Id, *Jurnal Ecomen Global*, Doi: <https://doi.org/10.35908/Jeg.V7i2.2193>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks.
- Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma, *Journal of Management and Social Sciences (JMSC)* <https://jurnal.aksaraglobal.co.id/index.php/jmsc/article/view/161/150>
- Mahmudah, S.M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan, *Jurnal Komunikasi Nusantara*, Doi: <https://doi.org/10.33366/Jkn.V2i1.39>
- Masyithoh, I.N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia pada tahun 2021., *Jurnal Manajemen Bisnis Kreatif*. Volume jurnal: 7, Nomor jurnal: 1, DOI: [10.36805/manajemen.v7i1.1951](https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951).
- Mileva, D.N., & Widyastuti (2018). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Mubaroq, H., & Hidayati, Y.N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo, <https://ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/populika/article/view/497>
- Nabilah, T.S. & Sastika, W. (2023). Tinjauan Responden Terhadap Konten Marketing Di Media Sosial Instagram Setiajaya Toyota Tahun, *E-Proceeding Of Appliedscience*, <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/199959/slug/tinjauan-responden-terhadap-konten-marketing-di-media-sosial-instagramsetiajaya-toyota-tahun-2023.html>
- Octaviana, E., Zahara, Z., Ponorin, P., & Farid (2024). Peran Content Marketing Instagram Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness Pada Usaha Springshop Plw, *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, Doi: <https://doi.org/10.31955/Mea.V8i3.4432>
- Oktriyanto, B., Listya Budiarto, G., Oktavianus Siahaan, S., & Sanny, L. (2021). Effects of Social Media Marketing Activities Toward Purchase Intention Healthy Food in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(10), 6815–6822. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i10.5548>

- Pasaribu, M. S., Nurlenawati, N., & Triadinda N. (2024). Strategi Konten Marketing Pada Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Digital Sate Taichan Senayan, *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, Doi: <https://doi.org/10.31539/Jomb.V6i1.7450>
- Rahile, R., & Fimansyah, Y. (2024). Social Media Content Development At Balaai Besar Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi Bidang Mesin Dan Teknik Industri, *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 8(1), 13-24, <https://doi.org/10.311004/jsab.v8i1.361>
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah P.S, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., et al. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. Cirebon: Insania.
- Rebecca, E. J. & Rezinky M. A. (2024). Perancangan Brand Guidelines, Pilar Konten, Dan Kalender Konten Untuk Media Sosial Umkm Menggunakan Metode Design Thinking, *Indonesian Journal Of Economics, Management, And Accounting*, 87-98, <https://jurnal.intekom.id/index.php/ijema>
- Sachputra, A.D., & Muktaf, A.M. (2023). Konten Instagram: Strategi Kreatif Dana Syariah Dalam Meningkatkan Brand Awareness, *Jurnal Komunikasi*, 16-29, Doi: 10.31294/Jkom.V14i1.13565
- Salsabillah, I., & Yuniarti T. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram @Infobekasi Sebagai Media Informasi Tentang Bekasi, *Jurnal Edukasi Dan Multimedia*, <https://doi.org/10.37817>
- Setiawan, M. R., & Rachmawati, I. (2019). The Strategy of Digital Content Marketing Eigen Through Social Media Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 625-632, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20473/bk.v0i0.17448>
- Susanti, R., Silvia D.E., & Ariani, F. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Berbasis Konten pada VE Bordir dan Sulaman Bukittinggi. *Communnitu Development Journal*, 3(2), 1129-1136. <https://doi.org/10.311004/cdj.v3i2.5516>
- Syariah S. (2023), Efektivitas Penggunaan Sosial Media Instagram Dalam Branding Brand Baru Di Malam Minggu Group, *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 56-68, Doi: <https://doi.org/10.59581/Harmoni-Widyakarya.V1i3.877>
- Tartila, M. (2022), Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3310–3316.
- Wakarmamu, T., & Si, S. M. (2021). Metode Penelitian Kualitatif Penerbit Cv.Eureka Media Aksara. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1213>
- Yunita D., Widad A., Diah M.Y., Farla W., (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era

Pandemi Covid-19. *Journal of Sriwijaya Community Services*. P-ISSN: (Fikri, n.d.)2723-6773; E-ISSN: 2746-0533.
<http://jscs.ejournal.unsri.ac.id/index.php/jscs>

Yusuf, R., Hendrayati, H., & Adi Wibowo, L. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289>.



THE
Character Building
UNIVERSITY