

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, K. Z., & Soegiarto, A. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Publikasi Subbagian Protokol Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 12(2), 103–118. <https://doi.org/10.31506/jrk.v12i2.11928>
- AFFMaven. (2024). *Statistik Instagram 2025: Data Pengguna & Pertumbuhan Terbaru*. AFFMaven Blog. <https://affmaven.com/id/instagram-statistics/>
- Afifah, N. N. (2024). *Skripsi Pengaruh Soft Selling TikTok @tenuedeattire Terhadap Minat Beli Konsumen dengan Brand Awareness sebagai Variabel Moderator*. Universitas Tidar Magelang.
- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Penerbit Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.
- Anggraeni, I., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @idvolunteering terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Communicology*, 11(2), 229–242. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/COMM.1102.05>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bacin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Aziz, N. A., & Dewi, L. D. R. (2025). Analisis Strategi Integrated Marketing Communication Uniqlo Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 5(2), 278–287. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i2.2531>
- Bahri, N. N., & Husain, A. H. Al. (2024). Pengaruh Konten Soft Selling Instagram @Product.Zilla Terhadap Minat Beli Pada Followers. *e-Proceeding of Management*, 11(6), 6911.
- Bautista, P., & Dwiantari, R. (2023). Marketing Public Relations dalam Program CSR Kiyopi Kopi melalui Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 3(2), 77–84. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.2332>
- Campbell, K. S., Naidoo, J. S., & Campbell, S. M. (2020). Hard or Soft Sell? Understanding White Papers as Content Marketing. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 63(1), 21–38. <https://doi.org/10.1109/TPC.2019.2961000>

- Databoks. (2023). *Survei: Mayoritas Orang Indonesia Lebih Suka Baca Buku Lewat Smartphone*. Katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/fa04246cf1ef375/survei-mayoritas-orang-indonesia-lebih-suka-baca-buku-lewat-smartphone>
- DataReportal. (2025a). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-Indonesia>
- DataReportal. (2025b). *The State of Social Media in 2025*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-state-of-social>
- Dewi, R. M., & Chandraini, I. S. (2022). Tingkat Kepuasan Pelayanan Kefarmasian Pasien Rawat Inap di Instalasi Farmasi Rsud Syamrabu Bangkalan. *Indonesian Journal Pharmaceutical and Herbal Medicine (IJPBM)*, 1(2), 105–112.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Zahir Publishing.
- Faizaty, N. E., & Laili, R. (2021). Dampak Softselling dalam Digital Marketing pada Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi pada Platform Grup Facebook Jago Jualan). *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1). <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Fajarrizka, K., Erlandia, D. R., & Octavianti, M. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Soft Selling Instagram @Pigijo_ Terhadap Minat Beli Followers. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 1–5. <https://doi.org/10.62017/arima>
- Falilla, R. A. (2024). *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @Muslimahacademy.Id terhadap Tingkat Ketaatan Beribadah Followers*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Faudiansyah, M., Jalil, R., & Pribadi, I. (2025). Hubungan Kualitas Tidur Terhadap Kebugaran Jasmani Siswa. *Jurnal Pendidikan Olahraga Kesehatan dan Rekreasi*, 8(1), 130–142. <https://doi.org/10.29408/porkes.v8i1.27614>
- Fill, C., & Tumbull, S. (2019). *Marketing Communications* (8 ed.). Pearson Education Limited.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gramedia Digital. (2025). *Situs Gramedia Digital*.

- Gramedia.com. (2022). *Asyiknya Membaca Ebook di Gramedia Digital yang Perlu Kamu Tahu - Best Seller Gramedia*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/best-seller/asyiknya-membaca-ebook-di-gramedia-digital/>
- Haidar, N. F., & Martadi. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv dalam Membentuk Customer Engagement. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Hartanto, Y. R. (2022). *Perancangan konten instagram sebagai media promosi online brand Wanatana*. Universitas Negeri Malang.
- Hussain, A., Parvaiz, G. S., & Rehman, S. U. (2020). Advertising Appeals and Consumers Buying Intention: The Role of Emotional and Rational Appeals. *Global Social Sciences Review*, V(I), 172–179. [https://doi.org/10.31703/gssr.2020\(v-i\).18](https://doi.org/10.31703/gssr.2020(v-i).18)
- Ihsan, Z. N. (2024). *Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram @Voluntrip. Kitabisa dalam Membangun Brand Awareness*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Instagram @gramediadigital. (2025, April). *Konten When Life Gives You Tangerines Instagram @gramediadigital*.
- Jonni, R. R., & Hariyanti, P. (2021). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi CANTRIK*, 1(2), 119–134.
- Kholik, A. (2020). Perencanaan dan Manajemen Komunikasi dalam Membangun Citra Pelayanan Jasa Outsourcing. *Jurnal Communicology*, 8(1), 95–103. <http://journal.unj.ac.id/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kurniawati, A. L. (2022). Pengaruh Pesan Soft Selling Skincare Base terhadap Minat Beli Produk (Survei pada Followers Instagram @Itsmybase). *Commercium*, 5(2), 85–94.
- Kustiawan, B., Apriyanto, Haryanti, T., & Rustam, A. (2025). *Perilaku Konsumen (Pendekatan Strategis)* (1 ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Matika, A. A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Thaitea dan Greantea, Cafe Tuktea dan Seventea)*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.

- Misbakhudin, A., & Komaryatin, N. (2023). Content Marketing, Live Streaming, and Online Customer Reviews on Fashion Product Purchase Decisions. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 293–307. <https://ejournal.stiesyariah bengkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna>
- Muchlis, A. F. (2023). Metode Penelitian Survei-Kuesioner untuk Kesesakan dan Privasi pada Hunian Asrama. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 12(3), 154–163. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v12i3.252>
- Pakpahan, R. T. (2024). Pelatihan Conten Cretaor Pemula Dalam Memasuki Indsutri Konten Digital. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 4(1), 36–44. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Prameswari, S., & Budyastuti, T. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kualitas Audit, Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Di Masa Pandemi. *Gorontalo Accounting Journal*, 6(1), 47. <https://doi.org/10.32662/gaj.v6i1.2667>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri, B. A., & KN, J. (2023). Pengaruh Brand Activation Tri Indonesia di Instagram terhadap Minat Beli Perdana H3ro. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1). <https://www.opensignal.com>
- Rachmad, Y. E., Rahman, Abd., Judijanto, L., Pudjiarti, E. S., Runtunuwu, P. C. H., Lestari, N. E., Wulandari, D., Suhirman, L., Rahmawati, F. A., Mukhlis, I. R., Fatmah, Saktisya Putra, Purba, A. E., Nopiah, R., Winarni, A. T., Fanani, A. F., & Mintarsih. (2024). *Integrasi Metode Kuantitatif dan Kualitatif: Panduan Praktis Penelitian Campuran*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Rahmawati, R. Y., Rahayu, G. A. C., & Khoirotunnisa, F. (2022). Pelatihan Digital Marketing CV Occe dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Produk Lokal Kulit Berbasis Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 214–228. https://jurnal fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Risianti, D. H., & Fathurrochman, I. (2020). *Penilaian Konseling Kelompok*. Deepublish Publisher.

- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sari, B. A., Nurendah, Y., & Yusdira, A. (2022). Tinjauan Atas Direct Marketing Pada Kafe Taman Fathan Alesano Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(2), 197–202. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i2.1335>
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Silalahi, R. A., Hafsari, A. A., Situmorang, D., Ginting, N. E. B., Girsang, A. B., Martin, M., Febriyansi, E., & Ompusunggu, D. P. (2024). Hasil Perhitungan Asumsi Klasik: tentang Uji Autokorelasi, Normalitas, dan Heterokedatisitas. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner (JIM)*, 8(12), 218–225.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo Media Pustaka.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Kuswandi, A. F. S., Sastri, L., Aswan, I. F. N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Sprout Social. (2025, Februari). *Social media demographics to inform your 2025 strategy*. <https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/>.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Penerbit ALFABETA Bandung.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Syarifah, I., Azis, A., & Lisdiantini, N. (2022). Pengaruh Soft Selling dalam Media Sosial Instagram dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(1).
- Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., Setiawan, Y. B., Simatupang, S., Saragih, O. H. S. L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Wahjusaputri, S., & Purwanto, A. (2022). *Statistika Pendidikan*. CV. Bintang Semesta Media.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. FEB-UP Press.

Wiwesa, N. R., Mona, N., Setiawati, R., & Manalu, M. (2024). *Promed's Dissemination 2024*. Nas Media Indonesia.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2).

Yanti, D. M. (2024). *Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Air Mineral Aqua dengan Brand Trust sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 FEB Universitas Muhammadiyah Metro)*. Universitas Muhammadiyah Metro.

Yulianti, A. (2024). *Kreativitas dalam Marketing Public Relations PT. Rotte Ragam Rasa melalui Media Sosial Instagram*. UIN SUSKA RIAU.

