

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah P.S, Farah Diba, & Ilham Akbar. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Penerbit Insania.
- Alfhika Shania Refiani, & Ati Mustikasari. (2020). Analisis Pengaruh Social Media Marketing melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian (tudi pada This! by Alifah Ratu Tahun 2020 *e-Proceeding of Applied Science*.
- Ali, Hariyati, T, & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2.
- Alifia Yulfita, Replace Netanya Fakhro, & Shella. (2024). *Modul Bisnis Digital Pemasaran Digital, Branding, & Promosi*. Center for Development, Empowerment, and Policy (CEDEP) President University.
- Andini Hernani Utami. (2021). Media Baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media dalam Interaksi Keluarga *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, 11, 8-18.
- Andriyanti, & Farida,. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas MultiData Palembang*.
- Aqila Sofwatun Sabila, & Albari Albari. (2023). The Role of Social Media Marketing Communication on the Instagram Platform in Growing Consumer Buying Intention. *Journal of Business and Management Review*,

4, 374-389.

Arthur A. Thompson, Margaret Peteraf, John E. Gamble, & A. J. Strickland.

(2017). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage : Concepts and Cases* (21st ed.). McGraw-Hill Education.

Budi Darma. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS*. Guepedia.com.

Citra Antasari, & Renystiyah Dwi Pratiwi. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu: Kinesik, 9, 178-180.

Desi Damayani Pohan, & Ulfi Sayyidatul Fitria. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2. Dewi, & Sudaryanto. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kusioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *SEMNASKEP*.

Dhealda Ainun Saraswati, & Chatia Hastasari. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9, 114-128.

Diaz Ummu Azizah, & Elok Fitriani Rafikasari. (2021). Pengaruh Content Marketing dan Social Media Marketing Instagram terhadap Minat Beli Konsumen @souvenirmurah_ta di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1.

Die Irawansyah. (2024). Peran Media Sosial terhadap Interaksi Masyarakat Modern. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 6.

Dina Hajja Ristianti. (2020). Penilaian Konseling Kelompok. *Yogyakarta: CV Budi Utama*.

Farhan Saputra, Nurul Khaira, & Raihan Saputra. (2023). Pengaruh User Interfacedan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1, 19.

Ferdiani, Syukri, Retnoningrum, Supika, & Niaga. (2023). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Trucking Pada PT. Samudra Raflesia Logistik Bengkulu. *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative JMEC: Journal of Management, Entrepreneur*, 2.

Halim Dwi Putra, Renny Lubis, Muhammad Asir, Dzulfikri Azis Muthalib, & Muh. Abduh. Anwar. (2023). Literature Review: Peran Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli (Jurnal Darma Agung), 31, 799-806.

Ilmi Nabilah, M.Fadhli Nursal, & Dewi Sri Wulandari. (2023). Peran Influencer dalam Konten Marketing dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Maybelline. *jurnal ekonomia*, 2.

Indah Fajar Rosalina, Ratnawita Ratnawita, Tomi Tamtomo, Nani Nurani Muksin, & Sandy Gunarso. (2024). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Indri, & Putra. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016 2020. *Jurnal Jimek*, 2.

Khairunnisa., Rasmanna, & Utami. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 4.

Kingsnorth. (2022). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page Limited.

Lukman Hakim, & Widiyatmo Eko Putro. (2022). New Media dalam Membantu Kinerja Humas Pokdarwis Mempromosikan Wisata Alam dan Budaya di Ponorogo (*Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*), 6.

Mirja Syafira, Fakhry Zamzam, & Luis Marnisah. (2021). Pengaruh Pemasaran Berdasarkan Content Creation, Content Sharing, Connecting, dan Community Building melalui Instagram terhadap Brand Awareness di Universitas Indo Global Mandiri Palembang (Survei pada Fakultas Ekonomi, 2021). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional*, 2, 83.

M. Shohibul Aziz. (2020). Tinjauan Literature tentang Knowledge Management: Definisi Konseptual, Dasar Teoritik dan Praktik Knowledge Management, serta Perkembangan Penelitiannya dalam Bidang Ilmu Manajemen dan Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3.

Muhamad Mirzan, & Pitoyo. (2022). konten marketing instagram dan brand image pada minat penggunaan jasa perencana keuangan. *jurnal pusat komunikasi*, 5.

Muhammad Abdul Kohar Septyadi, Mukhayati Salamah, & Siti

Nujiyatillah. (2022). Literature Review: Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3.

Nurita Elvira, Neila Susanti, & Abdul Rasyid. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Kuliner UMKM. *MULTIVERSE: OPEN MULTIDISCIPLINARY JOURNAL*, 2, 68-80.

Nyoman Dwika Ayu Amrita, I Kadek Sara Mandiyasa, Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma Suryawan, Made Mulia Handayani, & Michael Adhi Nugroho. (2024). *Digital Marketing : Teori, Implementasi dan Masa Depan Digital Marketing*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Pratama. (2019). *Peningkatan Pemahaman Akuntansi Dengan Menggunakan Software Zahir*. (7th ed., Vol. 2). Edunomic Jurnal.

Reynard Jeremy Ali, & Moehammad Gafar Yoedtadi. (2024). Hubungan Konten Marketing Instagram Reels @Ocistok dengan Minat Beli Konsumen. *Kiwari*, 3.

Sanaky, Saleh, & Titaley. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke-27 ed.). Alfabeta.

Tanjung. (2022). Pengaruh Faktor Pendorong dan Penarik Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Devoyade Bogor. *Jurnal Inovasi Penelitian*.

Tassah Aulya Sakti, & Iva Fikrani Deslia. (2024). Analisis Isi Konten Marketing Akun Instagram @mop.beauty dalam Meningkatkan Engagement Followers (Journal Syntax Idea). 6.

Tassah Aulya Sakti, & Iva Fikrani Deslia. (2024). How to cite:Tassah Aulya Sakti (2024) Analisis Isi Konten Marketing Akun Instagram @mop.beauty dalam Meningkatkan Engagement Followers, (06) 09, Analisis Isi Konten Marketing Akun Instagram @mop.beauty dalam Meningkatkan Engagement Follower (Journal Syntax Idea), 6.

Upik Djaniar, Zulfiah Larisu, Khamaludin, & Muh. Indra Fauzi Ilyas. (2023). Peran Endorsement dan Promo Media Sosial terhadap Keputusan Minat Beli Barang: Literature Review. *JURNAL DARMA AGUNG*., 31, 563-570.

Whisnu Febriansyah, Ratna Mega Yunita, & Reza Nugraha. (2024). Effect of Social Media Marketing “Instagram” towards Purchase Intention: Evidence from Plant-Based Milk Product “Outside” in Indonesia. *Eduvest – Journal of Universal Studies*, 4, 670-686.

Zida Zakiyatul Husna, & Abdul Muhid. (2021). Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram. *Ath-Thariq*, 5.

Intelligentia ~ Dignitas