

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Haqiqi, I., Yunus, Moch., & Widiawati, P. (2022). Survei Kondisi Fisik Dominan Atlet Futsal Kabupaten Lamongan Usia 15-18 Tahun. *Sport Science and Health*, 4(4), 331–337. <https://doi.org/10.17977/um062v4i42022p331-337>
- Alkharabsheh, O. H. M., & Ho Zhen, B. (2021). The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines>
- Ananda, I. G. N. Y. A., & Wisudawati, , Ni Nyoman Sri. (2022). The Influence of Social Media Marketing, Content Marketing and Brand Image on Instagram Toward Buying Interest (A Case Study on Consumer at Dahlia Beauty Salon). In *Universitas Putera Batam* (Vol. 10, Issue 1).
- Anggoro, D. (2025). Final Futsal Series dan NCFS Jakarta Timur: Bangun Masa Depan Futsal Indonesia.
- Anggraeni, S. C., Panjaitan, B. S., Maimunah, & AP, I. R. (2024). Promosi Menggunakan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Bintang Grosir di Bekasi Utara. In *Universitas Gunadarma 1 Jl. Margonda raya* (Vol. 100).
- Aulia, A. Z., Pramudya, N., & Curatman, A. (2024). Content Marketing Strategy in Increasing Footabll School Students Interaction Through Social Media. <https://injurity.pusatpublikasi.id/index.php/in>
- Berlian Putri, O., & Asnusa, S. (2025). Peran Kualitas Konten dalam Strategi Content Marketing untuk Meraih Engagement Tinggi di Instagram dan TikTok Honda Pramuka. *Soraya Asnusa INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5, 5430–5441.
- Cahyani, D. P., & Junipriansa, D. (2024). Implementasi Manajemen Content Marketing Pada Akun Instagram @chickenwilliam Tahun 2024. 8(3).
- Chandra, W., Anggraini, D., & Hutabarat, F. A. M. (2022). EPIC MODEL: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan pada masa New Normal. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 716–724. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2506>.
- Farida, Y., Madani, M., & Tahir, N. (2022). Efektivitas Layanan Pajak Pada Kantor Pelayanan Penyuluhan Dan Konsultasi Perpajakan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.
- Forester, B. J., Khater, , Amna Idris Abdallah, Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas. In *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4).
- Huang, Z., Li, H., & Huang, J. (2024). Chinese Consumers' Psychology And Behavior Of The Foods With Nutrition Claims Based On AISAS Model. *Frontiers in Nutrition*, 11. <https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1309478>

- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh content marketing dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada usaha kecil menengah di media sosial. *Al Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis, dan Manajemen*.
- Iriani, N. I., Sasongko, T., & Murti, N. D. (2022). Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Calon Nasabah Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT. Sunlifer Financial Cabang Medan). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi* Vol, 10(2), 155–160.
- Jaelani, D. A., Kastaman, R., & Pujiyanto, T. (2023). Pengaruh Penggunaan Model AISAS Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk P. In *Januari* (Vol. 2023, Issue 1).
- Juliasari, A., Malihah, I., & Hidayati, L. A. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Akun @somethincofficial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 260. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.368>
- Julius, N. (2024, September 17). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024. <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Kurniawan, Y., Connie, & Nirwana. (2024). The Development Media for Interactive Learning using Bots Api of Telegram Social Media on Harmonic Motion Materials for Class X of Senior High School Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif dengan Bot Api Media Sosial Telegram pada Materi Gerak Harmonik Sederhana Kelas X SMA. *Physics Education Journal*, 7(1), 1–12. <http://jurnal.unipa.ac.id/index.php/kpej>
- Litmanen, H. C., & Sari, W. P. (2021). Analisis Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram @bloomcoffeejkt) (Vol. 5, Issue 1).
- Lusiana, I. S., Susongko, P., & Nafiati, D. A. (2024). Desain Instrumen Tes Capaian Pembelajaran Matematika Dengan Uji Validitas Pearson Correlation. In *Journal of Education Research* (Vol. 5, Issue 4).
- Madyatmadja, E. D., Nuramalia, A. N., Kusumawati, L., Jamil, S. P., & Kusumawardhana, W. (2021). Data Visualization Of Internet Usage In The Jabodetabek Area. *Infotech: Journal of Technology Information*, 7(1), 55–62. <https://doi.org/10.37365/jti.v7i1.108>
- Mahdi, A. I., Primadani, B., & Putri, S. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Engagement Rate Pada Akun Instagram Momis Bakery (@momisbakery) The Influence Of Influencer Marketing On The Engagement Rate On The Momis Bakery Instagram Account (@momisbakery) (Vol. 11, Issue 2).
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen {Penelitian. Journal Of Chemical Information And Modeling, 53}*.
- Marhietta, A., & Alexandrina, E. (2024). *TheJournalish: Social and Government Strategi Content Marketing Kienka Melalui Instagram Story Untuk Mempertahankan Brand Engagement*. <http://thejournalish.com/ojs/index.php/thejournalish/index>
- Maulana, D., Yuliantina, D., Akseptori, R., & Risdwiyanto, A. (2025). Efektivitas Kampanye Pemasaran Berbasis Konten dalam Menarik Konsumen Gen Z.

- Mavilinda, H., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L., Andriana, I., & Thamrin, K. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*.
- Medina, G. M. (2024). Analisis Efektivitas Iklan Family Mart Melalui Sosial Media Instagram dengan Pendekatan AIDA (Studi Kasus pada Instagram @familmartid).
- Miftahul Janna, N., & Herianto, M. P. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- Mulyadi, K. S. M., Syahmi, M., & Yusuf, A. (2024). Penerapan Strategi Content Marketing Instagram dan Tiktok untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Membangun Brand Loyalty pada UKM Iga Bakar Mas Giri Bandung. In *Jurnal Ekonomi Revolutioner* (Vol. 7, Issue 6).
- Muzakki, F. D. P., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Content Marketing Terhadap Brand Awareness Produk Avoskin (Studi pada Instagram @avoskinbeauty).
- NapoleonCat. (2024). Pengguna Instagram di Indonesia. NapoleonCat.Com. <https://napoleontcat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/02/>
- Nazila, A. T., Henryanto, A. G., & Kenang, I. H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing On Instagram Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention Produk Mangkok Nusantra.
- Octaviana, E., & Zahara, Z. (2024). Peran Content Marketing Instagram Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness pada Usaha springshop\_plw. 8(3).
- Pakaya, S. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Pendelegasian Wewenang terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*.
- Pasaribu, J. S., Anggoro, D., & Yanto Rukmana, A. (2023). Social Media Marketing. <https://www.researchgate.net/publication/371724133>
- Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. (2023). *Buku Statistik Sektorial Provinsi DKI Jakarta Tahun 2023*.
- Pratiwi, D., Nataliawati, R., Dewi, A., & Haskim, M. B. (2021). Analysis Of Effectiveness And Contribution Of Tax Revenue Of Duties On Land And Building Rights To The Original Income Of Lamongan Regency. In *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi* (Vol. 38, Issue Desember).
- Purba, G. S. A., & Haryadi. (2024). *Jurnal Pemasaran Bisnis* Strategi Content Marketing Melalui Instagram Business Dengan Memanfaatkan Tools Instagram Insight. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index>
- Purwohedi, U. (2022). *Metode Penelitian: Prinsip dan Praktik*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Rahman, F. A., Munajat, M. D. E., & Novianti, E. (2022). Content Analysis And Engagement Rate Of Instagram Account @torajatripadventure And Interest In Visiting Tourists To Tana Toraja Tourism Destinations. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(2), 279–289. <https://doi.org/10.26905/jpp.v7i2.7186>
- Rahmatul, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu).

- Ramadhan, I. M., Supriatna, & Hanief, Y. N. (2024). Survei Kondisi Fisik Futsal Dominan Pemain Futsal Vasco Academy Lamongan Usia 18-20 Tahun. *Bhinneka: Jurnal Bintang Pendidikan Dan Bahasa*, 2(4), 42–54. <https://doi.org/10.59024/bhinneka.v2i4.980>
- Ramahdani, L., Lestari Sitio, A., & Syafuan Zairie, M. (2024). Peran Strategis Internet Dalam Pemasaran Global The Strategic Role of the Internet in Global Marketing.
- Rivaldi, M. A., Nurudin, A. A., & Nugraheni, W. (2022). Survei Minat Siswa Dalam Mengikuti Kegiatan Ekstrakurikuler Futsal SMA Negeri Se-Kota Sukabumi. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 8(2), 498–504. <https://doi.org/10.31949/educatio.v8i2.1963>
- Rusfan, D. H., & Junipriansa, D. (2024). The Role of Content Marketing Implementation at Social Media Instagram @arswama.media.
- Salsabila, K. Q., & Sari, D. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 265–272. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1626>
- Sinaga, C. C., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Efektivitas Promosi Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Kesadaran Merek dan Niat Beli Konsumen. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(3), 35–46. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i3.227>
- Sopari, R. M., & Alawiyah, W. D. (2024). Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, , Josua Panatap, & Nuraeni. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Syah, R., Auliana, L., & Rivani. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement pada Instagram @dearmebeauty (PT Garland Cantik Indonesia). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1095–1105. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1132>
- Syahroni, I. M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3).
- Tawakkal, G. T. I., & Subekti, T. (2023). Metodologi Penelitian Sosial Dasar. In *Metodologi Penelitian Sosial Dasar*. <https://doi.org/10.11594/ubpress9786232967496>.
- Tjokrokartono, M. P. (2024). Analisis Efektivitas Konten Instagram dalam Strategi Promosi untuk Design Agency yang Menargetkan Pasar Milenial (Vol. 14, Issue 2).



- Tyas, R. I. P., & Yasin, M. (2024). Transformasi Pada Era Disrupsi Hingga Terjadinya Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(3), 21–28. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i3.650>
- Universitas Negeri Jakarta., F.E. (2023). Pedoman skripsi riset Sarjana Terapan FE UNJ tahun 2023
- Widayanto, A. Y., & Imronudin. (2023). Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Dan Pengembangan Usaha Tentang Keberlanjutan Bisnis UMKM Di Boyolali.
- Wijayanti, T., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Content Marketing Instagram Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet By Najla Karawang. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*.
- Zahara. (2021). The Effect of E-Servicequality, Consumer Trust and Social Media Marketing on Intention to Use Onlinetransportation Services.
- Zhang, X., & Zhang, Y. (2024). Content Marketing In The Social Media Platform: Examining The Effect Of Content Creation Modes On The Payoff Of Participants.

*Intelligentia - Dignitas*