

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Chakti, A. G (2019) The Book of Digital Marketing cetakan ke 1. Makassar: CVCen-dekia Press
- Hutt, M.D. & Speh, T.W. (2019). Business Marketing Management: B2B, Edisi 13. Stamford, CT: Cengage.
- Kotler, P., & Armstrong, G.M. (2017). Principles of Marketing. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G.M. (2018). Principles of Marketing. Pearson Education Limited.
- Ngatno (2018). Manajemen Pemasaran. Semarang: EF Press Digimedia.
- Nurdin, Ismail dan Hartati, Sri. Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: Media Sahabat Cendekia. 2019.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ariansyah, P., & al, & e. (2021). Digital Marketing: Konsep dan Strategi. Cirebon: Insania
- Sugiyono. (2022) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta
- Suhardi. (2018). Pemasaran Strategi dan Taktik. Jakarta: Rajawali Pers.

Referensi Jurnal

- Bening, B., & Kurniawati, L.,. (2019). The Influence Of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta. International Conference on Technology, Education and Sciences (pp. 138-148)
- Beti, A. N., & Hanifa, F. H. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram @Aesithetic. bluepin terhadap equity (Studi Pada Followers Instagram @Aesithetic. bluepin tahun 2020). eproceedings of applied science, 6 (2)
- Fajrianti, P, (2018). Analisis Penerapan Promosi Social Event Melalui Social Media Instagram Hotel Mercure Bandung City Centre Kota Bandung Tahun 2018. Universitas Telkom
- Irianto, A. P. (2021). Analisis Content Media Sosial Instagram Pada Akun @Infotelkombdg PT. Telkom Witel Bandung Tahun 2021. Universitas Telkom.
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value Dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada PEGIPEGI di Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Freshmart Batu Manado. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3 , 71-80.
- Pamungkas, M.Z. (2021). Analisis Pengembangan Komunikasi Pemasaran Interaktif Pada Media Sosial Instagram PT. Telekomunikasi Indonesia, Sto Banjaran, Bandung Tahun 2021. Universitas Telkom
- Putra, RP, & Sastika, W. (2020). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Pada Café. Di Bandung 2022-eProceedings 'of Applied Sci-ence, 6 (2)
- Putri, A. T., & Hanifah, F. H. (2021). Analisis Dan Pembuatan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram PT Telekomunikasi Indonesia STO Banjaran Tahun 2021. e-Proceeding of Applied Science , 528.

Referensi Website

<https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada 10 Oktober 2022

<https://datareportal.com/> diakses pada 8 July 2023

<https://dataindonesia.id/> diakses pada 8 July 2023