

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Babbie, Earl. (2017). *The Basics of Social Research Sixth Edition International Edition*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Croucher, S., dan D. Mills. (2018). *Understanding Communication Research Method Second Edition*. New York & London: Routledge.
- Hamdat, dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen: Prinsip Dasar, Strategi & Implementasi*. GCAINDO.
- Denzin, N. K., dan Y. S. Lincoln. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Fifth Edition*. California: SAGE Publications.
- Durianto, D., Sugiarto., & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. UK: Pearson.
- Ritchie, J., dan J. Lewis. (2003). *Qualitative Research Practice A Guide For Social Science Students And Researchers*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tasnim, dkk. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Jurnal

- Arum, W., & Asmi, A., (2020). "Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser". *Jurnal Bisnis Terapan*, Volume 04 Nomor 01 (Juni, 2020) 37-46.
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang". *Jurnal Dialektika*, Vol. 4, No. 2, 2019.
- Damayanti, T., & Gemiharto. I. (2019). "Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagai Video Bagi Anak-Anak di Bawah Umur di Indonesia". *Journal Budi Luhur*, Vol. 10, No. 1, 2019.
- Daryanto, L. H., & Hasiholan. L. B. The Influence of *Marketing mix* on The Decision To Purchase Martabak "Setiabudi" Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 5, 2019.
- Fauzan, z., & Dian,. (2020) "Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Purchase Intention Pada Fan Apparel Dengan *Customer engagement* Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada Akun Instagram @Aunteticsid).
- Gregorius, M., & Putu Anggi. (2023) "Upaya Meningkatkan Minat Konsumen Coffe Cartel Dengan Menambahkan Varian Susu Dalam Pembuatan Minuman" Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Volume 2 Nomor 1, Mei 2023.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., & Gunther, O. (2018). Interactive *Content Marketing*: Definition, Benefits and Best Practices. *Journal of Interactive Marketing*, 42, 94-104.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffe Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.

Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*: Vol. 1, No. 2.

Sarastuti Dian. (2017). Strategi pemasaran *Online* Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*: Vol. 16, No. 01.

Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2015). The Impact of *Brand* Communication on *Brand* Equity Through Facebook. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 9(1), 31-53.

Selang, C. A. Bauran Pemasaran (*Marketing mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Fresh* Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol. 1, No. 3, 2013.

Tuhuteru, A., & Sukmawati. (2019). Strategi pemasaran (Suatu Perencanaan Komunikasi Pemasaran pada PT Quipper Edukasi Indonesia). *Medialog : Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(2), 62-68.

Skripsi

Nur Diana, K. (2023). Strategi pemasaran Melalui Media Instagram Dalam Mempromosikan Produk Great Project di Kabupaten Situbondo. (Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

Media Online

Kusuma, P. W. (2020). Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia, dalam <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/25/11180077/di-balik-fenomena-ramainya-tiktok-di-indonesia?page=all> (diakses pada 10 Oktober 2023 19:00 WIB)