

## DAFTAR PUSTAKA

- Cindy Mutia Annur. (2021, November 29). Jumlah Kendaraan Bermotor RI Capai 136,13 Juta Pada 2020, Pulau Jawa Terbanyak. *Katadata*. Diakses dari [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/29/jumlah-kendaraan-bermotor-ri-capai-13613-juta-pada-2020-pulau-jawa-terbanyak#:~:text=Transportasi%20%26%20Logistik-.Jumlah%20Kendaraan%20Bermotor%20RI%20Capai%20136%2C13,Pada%202020%2C%20Pulau%20Jawa%20Terbanyak&text=Badan%20Pusat%20Statistik%20\(BPS\)%20mencatat,%2C15%25%20dari%20total%20nasional](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/29/jumlah-kendaraan-bermotor-ri-capai-13613-juta-pada-2020-pulau-jawa-terbanyak#:~:text=Transportasi%20%26%20Logistik-.Jumlah%20Kendaraan%20Bermotor%20RI%20Capai%20136%2C13,Pada%202020%2C%20Pulau%20Jawa%20Terbanyak&text=Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS)%20mencatat,%2C15%25%20dari%20total%20nasional).
- Devito, J.A.(2012). *The Interpersonal Communication Book, 13th Edition*. NYC: Longman
- Dwijowijoto, Riant Nugroho. (2004). *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi Dan Evaluasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Dythia Novianty. (2021, December 23). TikTok Diprediksi Jadi Media Sosial Ketiga Terbesar di Dunia Tahun Depan. Diakses dari <https://www.suara.com/tekno/2021/12/23/150956/tiktok-diprediksi-jadi-media-sosial-ketiga-terbesar-di-dunia-tahun-depan>.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media. Diakses dari [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678\\_Buku\\_Komunikasi\\_Pemasaran/links/5efe789b299bfl8816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bfl8816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf).
- Järvinen, J., & Taiminen, H. (2016). Harnessing Marketing Automation For B2B Content Marketing. *Industrial Marketing Management*. 54, 164-175. Diakses dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850115300018>.
- Karr, D. (2016). How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys. *Meltwater Outside Insight*. Diakses dari <http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping%20Content%20Marketing%20eBook.pdf>.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869-880. Diakses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/2649>.
- Koestiono, E. K. (2019). Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Experience Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Perantara Pada Pengguna Rokok Wismilak Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 6(2), 10. Diakses dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenpemasaran/article/download/8719/7869>.
- Kotler, Philip And Keller, K.L. (2012). *Marketing Management (14<sup>th</sup> ed)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kusniadji, S., Magister, A., Komunikasi, I., Mercu Buana, U., Fakultas, D., & Tarumanagara, U. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian*

- Mulia Di Semarang). Diakses dari [:https://media.neliti.com/media/publications/107308-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-dalam-kegi.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/107308-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-dalam-kegi.pdf)
- Nana, H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2018). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*. 3(1), 90-95. Diakses dari <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/download/253/295>.
- PDSI KOMINFO. (2022, September 9). Terjadi Pergeseran Penggunaan Internet selama Masa Pandemi. *Kementerian Komunikasi dan Informatika RI*. Diakses dari [https://www.kominfo.go.id/content/detail/26060/terjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/26060/terjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi/0/berita_satker).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231. Diakses dari <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88. Diakses dari <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/viewFile/6686/4204>.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok. co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*. 9(2), 114-128. Diakses dari <https://www.e-journal.unair.ac.id/BIOKULTUR/article/viewFile/22980/12735>.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo Media Pustaka. Diakses dari [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CTFAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA84&dq=tujuan+dan+fungsi+marketing+communication&ots=UnncrSwiNr&sig=gwh2PzIqMSi62sRm0EwcLebsDys&redir\\_esc=y#v=onepage&q=tujuan%20dan%20fungsi%20marketing%20communication&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CTFAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA84&dq=tujuan+dan+fungsi+marketing+communication&ots=UnncrSwiNr&sig=gwh2PzIqMSi62sRm0EwcLebsDys&redir_esc=y#v=onepage&q=tujuan%20dan%20fungsi%20marketing%20communication&f=false)
- Sutarno. (2012). *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik: Edisi 2*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societ*. 2(1), 9-16. Diakses dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1780475&val=18969&title=Strategi%20Komunikasi%20Dalam%20Interaksi%20Dengan%20Mahasiswa%20Pertukaran%20Asing>.
- Wibowo, D.H., Arifin, Z., & Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 29(1), 59-66. Diakses dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>.
- Widiastomo, H. E. H., & Achsa, A. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan. *Kinerja*. 18(1), 15-23. Diakses dari <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/download/7523/1162>

Williamson,D.A.(2022).*Global Social Network 2022*.Diakses pada 28 Agustus 2022, dari

<https://www.insiderintelligence.com/content/global-social-network-users-2022>

Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. (2017). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompok Dhuafa Cabang Yogyakarta. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*. 1(2), 279-294. Diakses dari [https://www.academia.edu/download/58476989/8.\\_Alif\\_Ryan\\_Zulfikar\\_-\\_PENGARUH\\_SOCIAL\\_MEDIA\\_MARKETING.pdf](https://www.academia.edu/download/58476989/8._Alif_Ryan_Zulfikar_-_PENGARUH_SOCIAL_MEDIA_MARKETING.pdf).

