

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Andrews, J.C. & Shimp, T.A. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications* (9th ed). South-Western: Cengage Learning.
- Belch, G.E. & Belch, M.A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed). New York: McGraw-Hill.
- Chaffey, D. & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (5th ed). Oxford: Routledge.
- Clow, K.E. & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications: Global Edition* (8th ed). United Kingdom: Pearson Education.
- Dahono, Y. (2021, Februari 15). Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. *Berita Satu*. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Dietrich, G. & Livingston, G. (2012). *Marketing In The Round: How to Develop an Integrated Marketing Campaign in the Digital Era*. United States of America: Que Publishing.
- Dinda, D. (2020, Agustus 7). Cara Pakai Reels Fitur Baru Instagram Pesaing TikTok. *CNN Indonesia*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200807094436-185-533115/cara-pakai-reels-fitur-baru-instagram-pesaing-tiktok>
- Febriyantoro, M.T. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1 (2), 74. DOI: 10.26533/jmd.v1i2.175
- Funk, T. (2013). *Advanced Social Media Marketing: How to Lead, Launch, and Manage Successful Social Media Program*. New York: Apress.
- Ginting, S. T. (2020). Pengaruh Pemasaran Industri UMKM di Era Digital Terhadap Tingkat Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Sosial &*

- Humaniora*, 2 (04), 129. Diakses dari <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/365>
- Gumilang, R.R. (2019). Implementasi *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil *Home Industry*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10 (1), 14. DOI: 10.32670/coopetition.v10i1.25
- Hariyanti, N.T. & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Eksekutif*, 15 (1), 145. Diakses dari <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/172>
- Haryanto, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Dinar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3 (1), 150. DOI: 10.29040/jie.v3i01.443
- Hasby, M.A., Armayuda, E., & Haq, B.N. (2020). Strategi Konten Instagram untuk Edukasi Pola Minum Kopi yang Sehat pada Usia Muda. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*. 4 (3), 203. Diakses dari <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/830>
- Isaacson, A. (2018). *Instagram's Impact on Indonesian Businesses*. Diakses pada 17 Desember 2021, dari <https://www.ipsos.com/en-id/instagram-impact-indonesian-businesses>
- Keller, K.L., Parameswaran, A.M.G. & Jacob, I. (2015) *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. India: Pearson.
- Kotler, P. & Armstrong, A. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed).United States: Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management : Global Edition* (15th ed). United States: Pearson Education.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Jurnal Kompetensi*, 11 (2), 223-224. DOI : 10.21107/kompetensi.v11i2.3533
- Levin, A. (2020). *Influencer Marketing for Brands: What YouTube and Instagram Can Teach You About the Future of Digital Advertising*. Sweden: Apress.

- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial : *Antecedents Dan Consequences*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19 (3), 194. DOI: 10.33299/jpkop.19.3.346
- Moriuchi, E. (2019). *Social Media Marketing Strategies in Utilizing Consumer-Generated Content* (2nd ed). New York: Business Expert Press.
- Odden, L. (2012). *Optimize: How to Attract and Engage More Customers by Integrating SEO, Social Media, and Content Marketing*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Pablo, S. (2019, May 12). Kuartal I-2019, Industri Tekstil Tumbuh Melesat 18,98%. *CNBC Indonesia*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190512155421-4-71949/kuartal-i-2019-industri-tekstil-tumbuh-melesat-1898>
- Papagiannis, N. (2020). *Effective SEO and Content Marketing: The Ultimate Guide for Maximizing Free Web Traffic*. Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc.
- Pertiwi, D. & Gusfa, H. (2018). Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, 8 (2), 55. Diakses dari <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/view/3915>
- Pertiwi, W.K. (2019, Desember 23). Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?. *Kompas.com*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Pranata, I.W. & Pramudana, A.S. (2018). Peran Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7 (10), 5252. DOI: 10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i10.p02
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8 (1), 64. DOI: 10.36080/comm.v8i1.651
- Rachmadewi, I.P., Firdaus, A., Qurtubi., Sutrisno, W., & Basumerda, C.(2021) Analisis Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Usaha Kecil Menengah. *Jurnal INTECH Teknik Industri*, 7 (2), 126. DOI: 10.30656/intech.v7i2.3968

- Ramos, A. (2013). *The Big Book of Content Marketing*. USA: Andreas.
- Sendari, A.A. (2019, Maret 1). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya. *Liputan 6*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>
- Shalihah, N.F. (2020, Juli 31). Tahukah Anda Siapa Orang di Balik Instagram?. *Kompas.com*. Diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/31/193200665/tahukah-anda-siapa-orang-di-balik-instagram-?page=all>
- Untari, D. & Fajariana, D.E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2 (2), 277. DOI: 10.31294/widyacipta.v2i2.4387
- Welianto, A. (2019, Desember 16). Pengertian Industri 4.0 dan Penerapannya di Indonesia. *Kompas.com*. Diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/16/160000169/pengertian-industri-4.0-dan-penerapannya-di-indonesia?page=all>

