

## DAFTAR PUSTAKA

- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Burhannudin, B., Zainul, M., & Harlie, M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja, dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan: Studi pada Rumah Sakit Islam Banjarmasin. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(2), 191–206. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i2.425>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Pertama). Penerbit Deepublish.
- Elida, T., & Raharjo, A. (2019). *Pemasaran Digital* (Pertama). PT Penerbit IPB Press.
- Fikri, K. (2018). Analisis Pengaruh Penggunaan Teks di Gambar Iklan Terhadap Jangkauan dan Interaksi Konsumen. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 11(2), 46–57.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.48-56>
- Hamidy, F., Pasha, D., Sulistiani, H., Rahmanto, Y., & Rahayu, M. (2023). Pelatihan Video Iklan Produk dan Strategi Pemasaran Digital di SMKN 2 Kalianda. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1), 135–141. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.2662>
- Kusumawardani, N. A., Erawan, E., & Purwanti, S. (2019). *Persepsi Mahasiswa Tentang Iklan Indomie Mie Goreng Aceh di Youtube dalam Menimbulkan Minat Beli*. 7(2), 253–264.
- Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (keenam). Penerbit Andi

- Kusumawardani, N. A., Erawan, E., & Purwanti, S. (2019). *Persepsi Mahasiswa Tentang Iklan Indomie Mie Goreng Aceh di Youtube dalam Menimbulkan Minat Beli*. 7(2), 253–264.
- M. Dayat, & Sirodjudin, M. (2023). Analisa Kepuasan Pelayanan UMKM Jasa Internet dalam Perspektif Profil Konsumen. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 1(3), 111–118.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167–176. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Pradipa, B. D., Nandita, K. F., Wati, L. S., Azzahra, M. N., & Dewanto, S. (2023). Pengaruh Konten Instagram Chatime Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.24853/jbk.1.1.2023.43-52>
- Rahmatillah, F., & Saefuloh, D. (2022). Analisis Pengaruh Konten Pemasaran Tiktok terhadap Niat beli: Studi Kasus pada Produk UMKM Makanan. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1099–1104.
- Ridho, P. M. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Sonhaji, A. I. (2022). *Profil Perkembangan Kependudukan Kota Surabaya 2022*. Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Pemerintah Kota Surabaya.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Testoeftl.Id. *Jurnal Ecoment Global*, 7(2), 153–161. <https://doi.org/10.35908/jeg.v7i2.2193>
- Wahyudiyono. (2019). Implikasi Penggunaan Internet terhadap Partisipasi Sosial di Jawa Timur. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 63. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2487>
- Zivi, P. M., Hamid, F. Z., & Mustofa, A. (2022). Pengaruh Konten Pemasaran Dan Kecepatan Inovasi Terhadap Niat Membeli Kembali Umkm Fashion Di Instagram (Studi Kasus Pada Erigo Store). *Jurnal Administrasi Profesional*, 03(2), 36–46.