

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurizal Akbar (2022). Pengaruh Content Marketing “Meme” Di Instagram Soka Indonesia Terhadap Minat Beli Konsumen (Skripsi), Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia.
- Adi, Ignatius V Wijaya (2015). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan lokasi terhadap minat beli Konsumen (Studi Kasus pada Distro Koffin Store DI Yogyakarta). (Skripsi). Universitas Sanata Dharma.
- Anang, Firmansyah. (2020). Komunikasi Pemasaran. Surabaya: Qiara Media.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita
- Basuki, Agus Tri & Nano Prawoto. (2016). Analisis Regresi dalam penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Dengan Aplikasi SPSS & Eviews. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta.
- Bungin, B. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Chairina Debika Amalia (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @LCHEESEFACTORY Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal JOM FISIP Vol 7 Edisi I (2-11).
- Ferdinand, Augusty, Tae. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hayfa Izzat Fariha (2020). Pengaruh Implementasi Strategi Content Marketing Terhadap Customer Engagement Di Era Digital Marketing (Studi Kasus Pemasaran Omni Channel Pada PT. Guardia Teknologi Indonesia/Jubelio). Diploma thesis, Universitas Negeri Jakarta.
- Iskandar. (2008). Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Gaung Persada Press: Jakarta.
- Ilyas Fadilah, (15 Maret 2023). detik.com diperoleh melalui <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6621444/eiger-buka-toko-di-swiss-lokasinya-di-kaki-gunung> diakses pada 11 April 2023.
- Kotler, P, Kertajaya H, and Iwan, Setiawan. (2019). Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital. (A. Tarigen (ed.)): PT Gramedia.
- Kotler, P, Kertajaya Hermawan, dan Iwan Setiawan. (2017). Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. (2004). Dasar Dasar Pemasaran. 9th ed. Jakarta: PT INDEKS.
- Kotler, Philp dan Kevin L Keller. (2016). Marketing Managemen (Global edition). Edisi 15e. England:person
- Kriyantono, Rahmat. (2017). Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi penelitian dan Praktik. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lokito, S., Hartanto, D. D., & Santoso, M. A. (2018). Perencanaan Strategi Pemasaran Content Marketing Buleleng Bali Coffee. Jurnal DKV Adiwarna, 1(12).
- M Ivan Mahdi, (25 Februari 2022). DataIndoneisa.id diperoleh melalui <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022> diakses pada tanggal 10 Februari 2023.

- M. Al-Aziz. (2022). Komunikasi Pemasaran Art Garden Flower Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram). (Skripsi) Universitas Langlangbuana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Bandung.Indonesia.
- Maya Saputri, (12 April 2018) tirta.id diperoleh melalui [https://tirta.id/eiger-raih-
implementasi-konten-marketing-terbaik-versi-cma-2018-cHEP](https://tirta.id/eiger-raih-implementasi-konten-marketing-terbaik-versi-cma-2018-cHEP) diakses pada tanggal 23 Februari 2023.
- Milhinhos, Patricia Raquel Vasques. (2015). The Impact of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Of Videos & Tutorials And User-Generated Content. Rio de Janeiro: 1-74.
- Nasrullah, R. (2016). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosaa Rekatama Media.
- Oktini, P. P. R. T. D. R. (2016). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. Prosiding Manajemen, 116–121
- Priansa, Donni Juni. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Sabila, Thafanya Dio (2021). Pengaruh Pemasaran Konten Terhadap Minat Beli (Survey Pada *Followers Online Shop @Riddikuluswear.Id* Di Instagram (Diploma thesis), Universitas Komputer Indonesia.
- Sarwono, Jonathan. (2011). Mengenal Path Analysis: Sejarah, Pengertian, dan Aplikasi (Skripsi, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta.Indonesia).
- Setiawan, M.R. (2019). Strategi Digital Content Marketing Eiger Melalui Media Sosial Instagram. Jurnal Manajemen Komunikasi Vol 5 no 2 (ISSN: 2460-6537)
- Shinta. Erika, Ayu. & Salsabila, Ashma, Almaidar. (2022). Pengaruh Intensitas Followers Akun Instagram @Brosiskerja Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Followers Lulusan Ilmu Komunikasi (Skripsi).

Universitas Pasundan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Bandung.Indonesia.

- Soemanagara. (2012). Strategic Marketing Communication. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung :
Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:
Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:
Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:
Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D. Bandung:
Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung:
Alfabeta.
- Supriyanto, A. S.,& Maharani, V. (2013). Metodologi Penelitian Sumber Daya
Manusia Teori, Kuisioner dan Analisis Data. Malang: UIN-Maliki Press.
- Victa Etriany, (01 Agustus 2022) UKMINDONESIA.ID diperoleh melalui
[https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/fiturfitur-instagram-
yang-bermanfaat-bagi-bisnis](https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/fiturfitur-instagram-yang-bermanfaat-bagi-bisnis) diakses pada 17 Februari 2023.
- Yusrah, U., & Sri, W (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program
Kursus Bahasa Inggris Di Lembaga Kursus Bahasa Northern Lights
Education. E-Proceeding Of Applied Science (ISSN:2442-5826), 521-527.