DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing

Ainun, D., Hastasari, C., Jalan, A., Yogyakarta, C., Malang, K., Sleman, K., & Yogyakarta, D. I. (2020). *Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok . co dalam Mempertahankan Brand Engagement Digital Content Marketing on the Social Media Instagram Account of Mojok . co in Maintaining Brand Engagement Program Studi Komunikasi , F*. *9*(2), 114–128.

Ariyanto, A., & et al. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin (ed.)). Widina Bhakti Persada Bandung. Grup CV. Widina Media Utama

Athaya, F. H., & Irwansyah, I. (2024). *Implementasi Strategi Influencer Marketing* untuk. *Jurnal Indonesia*, *5*(3), 2976–2983.

Bachri, N. (2018). *Kredibilitas Bank Syariah & Perilaku Nasabah*. CV. SEFA BUMI PERSADA.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing (7th ed)*. Pearson Education.

Dandono, Y. et al. (2025). *Pengantar Manajemen: Konsep, Fungsi dan Aplikasi*. In T. Y. Zalni (Ed.), *Penerbit Buku Indonesia*. Penerbit Buku Indoneisa.

DataReportal. (2025). *Digital 2026: Indonesia*. https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia

Dwiwijaya, K., & et al. (2018). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Estede, S., & et al. (2025). *Digital Marketing Specialist*. In S. Nurhaliza (Ed.), *Star Digital Publishing* (Vol. 11, Issue September). Star Digital Publishing. http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-BOOK_DIGITAL_MARKETING.pdf#page=7

Fadli, Z., Sudirjo, F., Rahmat, Santosa, A. D., Pasaribu, J. S., Octaviani, D. W., Yudha, H. S., Fauzan, R., Triwijayati, A., Rukmana, A. Y., Herdiansyah, D., & Fitriana. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital*. In Muttaqin (Ed.), *PT Global Eksekutif Teknologi* (Vol. 1). PT Global Eksekutif Teknologi.

Fayol, H. (2016). *General and Industrial Managemen*t. Martino Publishing.

Harwansya & Mahfudz (2023). 12(3). *Pengaruh kredibilitas micro-influencer terhadap minat beli produk skincare lokal somethinc dengan sikap merek sebagai variabel mediasi.*

Haryanto, T., & Azizah, S. (2021). (Haryanto&Azizah (ed)). *Pengantar Praktis Pemasaran DIGITAL* (T. Hayanto (ed.)). UMP Purwokerto Press (Anggota APPTI.

Hasibuan, Malayu. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hasibuan, Malayu. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. PT. Bumi. Aksara, Jakarta.

Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). *Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis:* Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *18*(2), 103–121. https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN & kEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.ISBN: 978-623-91788-2-6

Indrayani, Widodasih, dan Pratiwi (2026). 19(1). *A comparison of the effevtiveness of micro influencer and key opinion leaders through influencer brand fit in building brand trust in gen z consumers on social media. DOI*: https://doi.org/10.23969/jrbm.v19i1.28178

Kamal, M. M., Anah, L., & Ningsih, L. S. R. (2024). *Penerapan strategi content marketing dalam meningkatkan brand awareness dan engagement pada UMKM. Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Organisasi*, *03*(01), 18–29.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2021). *Principles of Marketing*. (19th ed). Pearson Education.

Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.

Kotler, P. & Keller, K.L (2016). *Marketing Management (15th ed).* Pearson Education.

Marsudin, L. O., & Marbun, S. (2023). *Pengaruh Top of Mind, Brand Recall, dan Brand Recognition terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Sayurbox Bali*. *5*(1), 83–101.

Munnukka, dkk (2016). "*Credibility of a Peer Endorser and Advertising Effectiveness.". Journal of Consumer Marketing,* 33(3), 182-192

Nardo, R. et al. (2024). *Branding Strategy di Era Digital* (Vol. 2). (Egim, A(ed). CV EUREKA MEDIA AKSARA. ISBN: 9 78-623-120-459-2. HKI: EC00202426744

Pratama & Aquinia (2025). 7(2). *Pengaruh Content Marketing dan Social Media Influencer terhadap Brand Awareness.* DOI: https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i1o.9178

Prawansa, D. (2024). *Strategi Branding* (A. Asari & A. Aslam (eds.)). PT Mafy Media Literasi Indonesia.

Putri, D. E., Sudirman, A., & et al. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada.

Sahbiah, S., Fanggidae, A. H. J., Dhae, Y. K. I. D. D., & Foenay, C. C. (2024). *Pengaruh Influencer Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Café Kopi Kembo. GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *5*(3), 727–736. https://doi.org/10.35508/glory.v5i3.13942

Shelycia, S., & Winata, A. (2025). *Strategi Konten Media Sosial PT Numex Teknologi Indonesia untuk Meningkatkan Brand Awareness. Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, *6*(3), 1567–1574. https://doi.org/10.63447/jimik.v6i3.1541

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Edisi kedua)*. Alfabeta.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Edisi ketiga)*. Alfabeta.

Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIRPRESS.

Suwastika, W., & et al. (2018). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*.

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/

Tarigan, Hariyana, Haryanto, Fuzi (2025). Volume 5(1). *Pengaruh content marketing dan customer engagement terhadap brand awareness studi kasus pada REDI.* Journal of social sciencer research. DOI: https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.17466

Terry, G. R., & Rue, L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara.

Untari, D. T. (2023). *Metode penelitian dasar* (E. Anargya (ed.)). PT Tribudhi Pelita Indonesia.

Utari, A., Rahmat, P., & et al. (2021). *Konsep Pemasaran Digital* (A. Kusuma (ed.); Vol. 1, Issue 2020). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.

Wardhana, A. (2025). *Brand Management in the Digital Era*. https://doi.org/10.4018/979-8-3693-4466-8.ch015

Wibowo, A. (2021). *Metodologi Penelitian*. (Kurniawan, Forsia, Nuraini(ed)). Penerbit Insania. ISBN: 978-623-5770-16-1

YONATAN, A. Z. (2025). *Indonesia Jadi Negara dengan Influencer Terbanyak Ke-5 di Dunia*. GoodStats. https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-dengan-influencer-terbanyak-ke-5-di-dunia-63HrA

Yulita & Tinaria (2026). 12(1). *Peran Micro-Influencer dalam Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Melalui Instagram Marketing*. DOI: https://doi.org/10.35446/dayasaing.v12i1.2648