

DAFTAR PUSTAKA

- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). *Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 47-54.
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Purnama, N. I. (2020). *Peran brand image dalam memediasi pengaruh social media marketing terhadap repeat purchase pada fast-food restaurant di kota medan. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 53-68.
- Florensia, F., & Utami, L. S. S. (2023). *Analisis Social Media Marketing Scarlett Whitening di Instagram. Prologia*, 7(2), 336-345.
- Ismail, D. T. T. (2021). Analisis elemen AIDA pada media sosial instagram sebagai media promosi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, 12(1), 37-47.
- Meilyana, E. (2018). *Content Marketing*. <http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2018/08/content-marketing/>. (diakses pada 30 November 2023)
- Nurfitriani. (2016). *is accepted. Key Word : Social Media Marketing, Interest to Buy, LINE, Alfamart 1.1–18*.
- Parawansa, D. A. S., & Hakim, W. (2023, June). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KAKU FOOD DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI INSTAGRAM*. In *Management Dynamics Conference 8* (Vol. 8, No. 1, pp. 396-408).
- Pulizzi, J. (2009). *Get Content Get Customers*. McGraw-Hill.

- Ramadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @kedaikopikulo terhadap Sikap Konsumen*. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1-15.
- Sanin, S. B. F., & Winarti, O. (2023). *Penerapan Digital Marketing Dalam Media Sosial Tiktok PT Otak Kanan Untuk Membangun Brand Awareness*. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 74-83.
- Soedarsono, D. K. (2020). *Managing digital marketing communication of coffee shop using instagram*. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(5), 108–118.
<https://doi.org/10.3991/IJIM.V14I05.13351>
- Valentino, D. E. (2020). *Perancangan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Pada Novena Hotel Bandung*. *TEMATIK*, 7(2), 211-229.
- Wilis, R. A. (2023). *Social Media Marketing Strategy In Increasing Brand Awareness*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1914-1024.
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). *Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163-179.
- Yurieff, K. (2018). *Instagram just made it a lot easier to shop on the app*. CNN. <https://edition.cnn.com/2018/09/30/tech/instagramshopping/index.html>. (diakses pada 30 November 2023).