

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Chaffey, Dave., Mayer, R., Johnston, K. dan EllisChadwick, F. 2000. Internet marketing. Edinburgh: Pearson Education
- Creswell, J. W. (2010). Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), 601.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Budiman, Lie Joko. 2010. Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Gamble, Stephen. (2016). Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers. Canada: Willey.
- Gunelius, Susan. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Keller, K.L. (2008). Strategic brand management (3rd ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2012). Principles of marketing (14th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Kotler , Philip., Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan. 2017. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. New Jersey: John Wiley & Sons.

- Luturlean B.S., Sukmadi., Kalsum ER.U., Maulina L. & Arifin D. (2019). Strategi Bisnis Pariwisata. Bandung : Humaniora.
- McPheat, S. (2011). Content Marketing. United Kingdom: The Internet Marketing Academy.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sarwono, J. 2011. Mix Methods : Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset . Jakarta : Gramedia
- Shimp, T.A. 2010, Advertising, Promotion, & other aspects of Integrated Marketing Communication, 8th Edition. South-Western: Cengage learning.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Afriani, U. F. (2011). Strategi Rown Division dalam Memanfaatkan Media Jejaring Sosial Facebook Sebagai Sarana Promosi Secara Online (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Aprilia, L., Candraningrum, D. A., & Pandrianto, N. (2019). Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project). Prologia, 3(1), 177-181.
- Elisa, Rancati dan Gordini Nicollo. (2014). Content Marketing Metrics: Theoretical Aspects and Empirical Evidence. European Scientific Journal. 10. 95. Doi: 1857- 7431.
- Hartanto, H., & Silalahi, E. (2013). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness, Functional Brand Image, Dan Hedonic

Brand Image Dari Produk–Produk Samsung Galaxy. Jurnal Manajemen, 10(2), 187-203.

Georgieva, Atina., dan Alexandra Djoukanova. 2014. Content Marketing: New Opportunities for Building Strong Brands Online. Tesis. Master of International Marketing & Brand Management. Lund University. Swedia.

Luthfi, DA. 2017. Pengaruh Edukasi Tentang Kebersihan Sarana Dan Prasarana Rumah Sakit Dalam Meningkatkan Pengetahuan Petugas Kebersihan Di Rumah Sakit Pku Muhammadiyah Gamping [Skripsi]. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

M Duc Le. (2013). Content Marketing. Bachelor Thesis. International Business: Haaga Helia University of Applied Sciences.

Nursalma, N.N. (2017). Strategi Pemasaran Konten Media Sosial *Instagram* Airasia Dengan Menggunakan Destinasi Pariwisata Yogyakarta. (Skripsi tidak dipublikasikan). Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Pulizzi, Joe (2013). B2B Content Marketing Benchmarks, Budgets and Trends (Research Report).

Annette, Sjöberg . (2017). Influencing Brand Awareness through Social Media (master theses). Tersedia dari Arcada Theses Database. Diakses dari: <https://pdfs.semanticscholar.org/853c/dbadcf8ea0303594bc7772ae200d72ba5eea.pdf>

Bias Education. (2020). Tentang BIAS. Diakses 10 April 2020 dari <https://bias-education.com/tentang-bias/profil-bias/>

C. M. Institute. (2017). ""Benchmarks, Budgets and Trends -North America"." Content Marketing Institute. Diakses dari http://contentmarketinginstitute.com/wpcontent/uploads/2014/10/2015_B2B_Research.pdf

- Hooperhq. (2018). Engagement Rate. Diakses 10 April 2020 dari <https://www.hopperhq.com/social-media-marketingglossary-2018/engagement-rate/>.
- Nabila, M. (2019). Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Capai 171,17 juta Sepanjang 2018. Diakses 10 April 2020 dari <https://dailysocial.id/post/pengguna-internet-indonesia-2018>
- Otoritas Jasa Keuangan. (Desember 2018). Kajian Perlindungan Konsumen OJK. Diakses dari <https://konsumen.ojk.go.id/MinisiteDPLK/images/upload/20190702083306OJK%20Perlindungan%20Konsumen%20-%20Pemasaran%20Digital%20-%20Compile.pdf>
- Oechsli, M. (2015). Content marketing in the digital world. REP., 39(10), 27. Diakses dari <http://search.ebscohost.com/>
- Phlanx. (2020). *Instagram* Engagement Calculator. Diakses 10 April 2020 dari <https://phlanx.com/engagement-calculator>
- Pulizzi, Joe (2007). The Five Pillars of Content Marketing : The Ultimate Definition. Diakses dari <http://blog.junta42.com/2007/07/the-ultimate-co/>
- Purnamasari, D. (2017). Bisnis Industri Pendidikan yang Makin Diminati. Diakses 10 April 2020 dari <https://tirto.id/bisnis-industri-pendidikan-yang-makin-diminati-cnRh>
- Riyanto, A.D. (2019). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019. Diakses 10 April 2020 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- Virol. (2020). Virol Nikmati Mudahnnya Kelola Akun Instagram. Diakses 1 Juli 2020 dari virol.co
- Pemerintah Indonesia. Undang Undang Sistem Pendidikan Nasional (UU No. 20 tahun 2003). Jakarta: Penulis.