Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya
Tarik Pemilihan Program Studi Magister Politik dan Pemerintah UGM
MUHAMMAD ABAS AL HAFIDH, Dr. Irwan Endrayanto Aluicius, S.Si., M.Sc.; I Wayan Nuka Lantara, M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Pustaka

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

Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Lamonge, A. S., Ristiyana, R., Saputri, F. R., & Wijoyo, E. B. (2023). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori dan praktik*. Get Press Indonesia.

Agustin, H. P., Larasati, Y. T., Wardhanie, A. P., & Effendi, P. M. (2025). *Mengevaluasi konten Instagram Universitas Dinamika berdasarkan perspektif mahasiswa*. *4*(1).

Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*, 179–211.

Al Khoir, M. Z. (2024). *Pengaruh content marketing dan motivasi kebutuhan terhadap brand awareness di media TikTok (Survei pada pengikut akun TikTok @optikalunett_official)* [Skripsi]. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (6th ed.). Pearson Education Limited.

Creswell, J. W. (2021). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (6th ed.). Pearson.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough?: An Experiment with Data Saturation and Variability. *Field Methods*, *18*(1), 59–82. https://doi.org/10.1177/1525822X05279903

Guyer, J. J., Briñol, P., Petty, R. E., & Horcajo, J. (2019). Nonverbal behavior of persuasive sources: A multiple process analysis. *Journal of Nonverbal Behavior*, *43*(2), 203–231.

Hajatina, H. (2024). Strategi promosi media sosial dan pengaruhnya terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *2*(3), 136–146.

Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer. *Manajemen dan Bisnis*, 192–195.

Hemsley-Brown, J. & Oplatka. (2015). University Choice: What Do We Know, What Don't We Know And What Do We Still Need To Find Out? *International Journal Of Educational Management*, *29*(3), 254–274.

Hernández, A. C. C., Santiago, L. N., Luzardo, M. T. A., Lopez, R. O., & Prieto, M. E. P. (2024). Digital marketing: User orientation in the universities of Barranquilla. *Procedia Computer Science*, *241*, 501–507.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya
Tarik Pemilihan Program Studi Magister Politik dan Pemerintah UGM**
MUHAMMAD ABAS AL HAFIDH, Dr. Irwan Endrayanto Aluicius, S.Si., M.Sc.; I Wayan Nuka Lantara, M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Keller, K. L. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (2nd ed.). Prentice Hall.

Kemendikdasmen. (2026). *Hasil Pencarian—KBBI VI Daring*. https://kbbi.kemendikdasmen.go.id/entri/Pandangan

Kim, K., Chung, T., & Fiore, A. M. (2022). The role of interactivity from Instagram advertisements in shaping young female fashion consumers' perceived value and behavioral intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *70*, 103159–103159.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing: An introduction* (3rd ed.). Prentice Hall, Inc.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Hooi, D. H. (2017). *Marketing for competitiveness: Asia yang mendunia pada era konsumen digital*. Bentang Pustaka.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.

Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research* (3rd ed.). SAGE Publications.

Kusumawati, A. (2019). Impact of digital marketing on student. *Journal of e-Learning and Higher Education*, *2019*, 1–9.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.

Mahardhika, P. P. (2021). *Pengaruh brand image, brand awareness, dan advertising terhadap keputusan pembelian di PT Astra Internasional Tbk "Toyota Auto 2000" Cabang Alam Sutera* [Skripsi]. Universitas Buddhi Dharma.

Manullang, O. J. R., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh pemasaran media sosial dan persepsi calon mahasiswa terhadap keputusan pemilihan perguruan tinggi. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, *2*(3), 168–179.

Meltwater & We Are Social. (2025). *Digital 2025 Indonesia: The essential guide to digital trends*. https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/

Merriam, S. B., & Tisdel, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. SAGE Publications.

Milhinhos. (2015). *The Impact Of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Videos & Tutorials And User-*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya
Tarik Pemilihan Program Studi Magister Politik dan Pemerintah UGM**
MUHAMMAD ABAS AL HAFIDH, Dr. Irwan Endrayanto Aluicius, S.Si., M.Sc.; I Wayan Nuka Lantara, M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Generated Content [Master's Thesis]. Escola Brasileira de Administracao Publica e de Empresas.

Nurfakhira, A. (2021). *Pengaruh pemrosesan pesan di akun Instagram @lawancovid19_id terhadap sikap pengikutnya untuk mematuhi protokol kesehatan* [Skripsi]. Universitas Padjadjaran.

Oktivera, E., Wirawan, F. A. W., & Jaya, A. S. (2024). Pemilihan media sosial dalam pemenuhan informasi memilih perguruan tinggi. *Jurnal Audiens*, *5*(1), 127–139.

Padgett. (2017). *Qualitative Methods in Social Work Research*. SAGE Publications.

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (3rd ed.). SAGE Publications.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. Dalam L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 19, hlm. 123–205). Academic Press.

Pontoh, A. K., Soeharno, F. M., & Risjad, M. A. (2019). Application of the elaboration likelihood models in the political campaign of Sudrajat-Syaikhu during the west java regional general election in 2018. *Journal of Politics and Policy*, *2*(2), 83–94.

Pulizzi, J. (2013). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill.

Putri, Wahid, & Irwansyah. (2021). Penerimaan pesan persuasif dari perspektif Elaboration Likelihood Model: Iklan layanan masyarakat himbauan berhenti merokok. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, *5*(2), 9–23.

Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, *11*(1), 35–40.

Rahardjo, M. (2017). *Studi kasus dalam penelitian kualitatif: Konsep dan prosedur*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Rahayu, E., & Hasanah, U. (2020). Media sosial dan pengaruhnya terhadap keputusan mahasiswa memilih STMIK Royal. *Journal of Science and Social Research*, *3*(1), 10–15.

Rakhmat, J. (2005). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Rizki, Kusumadinata, & Amalia. (2026). Analisis komunikasi persuasif visual dalam promosi event di Instagram @colorrunfestivalid. *MUTIARA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, *4*(2), 236–250.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya
Tarik Pemilihan Program Studi Magister Politik dan Pemerintah UGM**
MUHAMMAD ABAS AL HAFIDH, Dr. Irwan Endrayanto Aluicius, S.Si., M.Sc.; I Wayan Nuka Lantara, M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational behavior* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Rochmayanti, N. D. (2024). Pemasaran digital dan pengaruh kelompok referensi: Kunci sukses dalam rekrutmen mahasiswa perguruan tinggi swasta. *Journal of Social and Economics Research*, *6*(1), 1651–1662.

Searcy, D. L., & Mentzer, J. T. (2003). A framework for conducting and evaluating research. *Journal of Accounting Literature*, *22*, 130–167.

Shaleh, A. R., & Wahib, M. A. (2004). *Psikologi suatu pengantar dalam perspektif Islam*. Kencana.

Sibarani, N. H., & Albina, M. (2025). Etika dalam penelitian pedidikan. *Karakter: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam*, *2*(3), 10–21.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

Surachmanto, A. R. I., Utari, P., & Rahmanto, A. (2019). Perspektif elaboration likelihood model (ELM) dalam pengemasan informasi kalender tanam dikalangan penyuluh pertanian di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora*, *1*(1), 1–15.