

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, S. P. dan Ira S. S. 2015. Peran Konten Post Instagram Terhadap Keterlibatan Pelanggan Secara Daring Pada Industri Kosmetik Di Indonesia. Dalam Jurnal SENTRINOV Volume 6 Nomor 1: 412-419.
- Averus, N. dan Herry L. 2015. Analisis Persepsi Mahasiswa Akuntansi Dalam Memilih Karir. Dalam Diponegoro *Journal of Accounting* Volume 4 Nomor 2: 1-14.
- Basuki, A.T. dan N Pranoto. 2016. Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2017. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta : Rajawali Press.
- Cameron, A. C. dan Trivedi, P. K. 2005. *Microeconometrics*. Cambridge University Press. New York.
- Coelho, R. L., Oliveira, D. S., & Almeida, M. I. (2016). *Does Social Media Matter for Post Typology? Impact of Post Content on Facebook and Instagram Metrics*. Dalam *Online Information Review*, 458-471.
- Gamble, Stephen. 2016. *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Willey. Canada.
- Grasa, A.A. 1989. *Econometric Model Selection: A New Approach*. Kluwe. Dordrecht:
- GetCraft. 2017. *Indonesia's Digital and Content Marketing Report 2017*. GetCraft.
- Harinaldi. 2005. *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Iman, D., Zainul A. dan Muhammad K.M. 2015. Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). Dalam Jurnal Administrasi Bisnis Volume 24 Nomor 1: 1-9.
- Kannan, P.K. dan Hongshuang A.L. 2017. *Digital Marketing: A Framework, Review, and Research Agenda*. Dalam *International Journal of Research in Marketing* Volume 34 : 22-45.
- Kotler , Philip., Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons. New Jersey.
- Lin, Y. F., & Chiu, Y. P. 2015. *Influence of Facebook Brand-page Posts on Online Engagement*. Dalam *Online Information Review*, 505-519.
- Nurchayanto, G. 2018. Pengaruh Penerapan *Blended Learning* Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Prodi Pendidikan Biologi FKIP UMS Pada Mata Kuliah Komputer Analisis Data. Dalam Jurnal *Proceding Biology Education Conference* Volume 15 Nomor 1: 635-640.
- Praude, V., & Skulme, R. 2015. *Social Media Campaign Metrics in Latvia*. Dalam Jurnal *Procedia-Social and Behavioural Sciences*, 628-634.
- Purwana, D., Rahmi., dan Shandi A. 2017. Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Dalam Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) Volume 1 Nomor 1: 1-17.

Ramadhan, F.H. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @mr.creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. Dalam JOM FISIP Volume 4 Nomor 2: 1-15.

Ryan, Damian. 2017. *Understanding Digital Media, Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. London : Kogan Page.

Santoso, Amanda P., Imam B., dan Satria F. Persada . Pengaruh Konten Post Instagram terhadap *Online Engagement*: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. Dalam Jurnal Sains Dan Seni Its Vol. 6, No. 1.

Shen, B., & Bissel, K. 2013. *Social Media, Social Me: A Content Analysis of Beauty Companies' Use of Facebook in Marketing and Branding*. Dalam *Journal of Promotion Management*, 629-651.

Suryani, I. 2014. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung *ASEAN Community* 2015 (Studi *Social Media Marketing* Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). Dalam Jurnal Komunikasi Volume 8 Nomor 2: 123-138.

Vries, L. d., Gensler, S., & Leeflang, P. S. 2012. *Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages: An Investigation of the Effects of Social Media*. Dalam *Journal of Interactive Marketing*, 83-91.

Yasmin, A., Sadina T., dan Kaniz F. 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenge Age: An Empirical Study. Dalam *International Journal of Management Science and Business Administration* Volume 1 Nomor 5: 69-80.

- Yazdanfirad., & Kee. 2015. *The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices*. Dalam *International Journal of Management, Accounting and Economics*, Vol. 2 No.9.
- Yulianita, Neni., & Leksono, Ninok. 2011. *Corporate and Marketing Communication*. Bandung : Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi.