

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Aliami, S., Hakimah, E. N., Ayu, D., & Fauji, S. (2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital Pada Startup'S (Studi Kasus pada Wirausaha Baru). *Administrasi Bisnis*, 73-87.
- Anggraeni, A. (2019, Oktober 26). *Pengaruh Budaya Korea Terhadap Kaum Milenial Indonesia*. Diambil kembali dari qureta.com: <https://www.qureta.com/post/pengaruh-budaya-korea-terhadap-kaum-milenial-indonesia>
- Arief, G. M. (2015). Pengaruh Social Media Marketing melalui Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *e-Proceeding of Management*, 2581-2587.
- Audia, D. S., Jayawinangun, R., & Ferdinan, F. (2019). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK AIDI.ID (STUDI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM AIDI.ID. *Jurnal Penelitian Sosial*, 76-95.
- Burns, A. C., Veck, A., & Bush, R. F. (2017). *Marketing Research, 8th Edition*. United States: Pearson Education Limited.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: Sage.
- Crossfield, J. (2022, April 9). *Using Reels to Generate 'Know, Like and Trust'*. Diambil kembali dari skedsocial.com: <https://skedsocial.com/blog/using-reels-to-generate-know-like-and-trust/>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relation*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, N. (2021, Januari 20). *PRO DAN KONTRA INSTAGRAM REELS UNTUK PEMASAR*. Diambil kembali dari starngage.com: <https://starngage.com/pro-dan-kontra-instagram-reels-untuk-pemasar/#:~:text=Salah%20satu%20kekurangan%20nyata%20Instagram,ji%20menginginkan%20hasil%20yang%20maksimal.>
- Gil, C. (2019). *The End of Marketing: Humanizing Your Brand in the Age of Social Media and AI*. London: Kogan Page.
- Hariyanto. (2021). Pengaruh Potongan Harga terhadap. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 1-14.
- Hartini, S. (2021). Pengaruh Kredibilitas dan Karakteristik Opinion Leader. *Jurnal Maksipreneur*, 211-226.

- Humas Kementerian Perindustrian. (2021). *Analisis Perkembangan Industri Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Kemp, S. (2022, February 15). *Digital 2022: Indonesia*. Diambil kembali dari datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? an Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.).
- Kristiawan, T. A. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. *Jurnal Manajemen*, 244-256.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Leo, S. (2020, April 1). *Perbedaan Stories dan Feed Instagram*. Diambil kembali dari metodeku.com: <https://metodeku.com/perbedaan-stories-dan-feed-instagram/>
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: an Applied Approach*. Harlow: Pearson.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Briks, D. F. (2017). *Marketing Research: An Applied Approach, Fifth Edition*. New York.
- Mccarthy, B. (2019). *Strategy, Marketing Plans and Smal Organisation*. United States: bookbon.com.
- Muzakii, N. (2021). Pengaruh Content Marketing Instagram terhadap Minat Beli di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Sarawa.co). *e-Proceeding of Applied Science*, 1-9.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial*.
- Neliwati. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Cv. Widya Puspita.
- Pancer, E. (2021). Content Hungry: How the Nutrition of Food Media Influences Social Media Engagement. *Jornal of Consumer Psychology*, 336-349.
- Priatni, S. B. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening pada Martha Tilaar Salon Day Spa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 145-155.

- Santoso, A. P. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement. Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik ITS*, 6 .
- Septyan, D. A. (2022, Juni 9). *Peluang Pasar: Makanan Korea*. Diambil kembali dari ukmindonesia.id: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-makanan-korea/>
- Shahid, Z., Hussain , T., & aZafar, F. (2017). The Impact of Brand Awareness on The Consumer's Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 34-38.
- Soraya, P. P. (2021, Maret 17). *Fitur-Fitur Instagram Story Untuk Menaikan Engagement*. Diambil kembali dari dotnextdigital.com: <https://dotnextdigital.com/fitur-fitur-instagram-story/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Indonesia: Alfabeta.
- Sumardi. (2020). *Teknik Pengukuran dan Penilaian Hasil Belajar*. Yogyakarta: Deepublish.
- Triyanto, A. (2019). Pengaruh Konten Akun Instagram Berrybenka Terhadap Minat Beli Followers. *Beragama*, 120-129.
- Veygid, A., Aziz, S. M., & S.R, W. S. (2020). Analisis Fitur dalam Aplikasi Instagram sebagai Media Pembelajaran Online Mata Pelajaran Biologi untuk Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Pendidikan Biologi*, 39-48.
- Wonok, P. G., & Loindong, S. (2018). Pengaruh Minat Transaksional, Referensial, dan Preferensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk. *Jurnal EMBA*, 2108-2117.
- Zakawali, G. (2022, April 26). *7 Manfaat Reels Instagram untuk Marketing Produk*. Diambil kembali dari sirclo.com: <https://store.sirclo.com/blog/manfaat-reels-instagram/#:~:text=Kelebihan%20Reels%20Instagram&text=Pertama%20%20visibilitas%20kontenmu%20lebih%20baik,kemampuan%20berbagi%20yang%20lebih%20baik.>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A