

Daftar Pustaka

- Lestari, T. K., Santoso, D. B., & Saputra, P. M. A. (2022). KETERKAITAN GLOBALISASI DENGAN PERTUMBUHAN INKLUSIF PADA NEGARA-NEGARA ASEAN BERPENDAPATAN MENENGAH. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. <https://doi.org/10.30908/bilp.v16i1.594>
- OJK Institute. (2022, April 22). <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/news/read/919/perkembangan-ekspor-impor-indonesia-maret-2022>
- Sarinah. (n.d.). *Sejarah Perusahaan*. Sarinah [Business Website]. <https://sarinah.co.id/sejarah>
- Sembiring, L. J. (2021, April 15). Impor Dari Negeri Kpop Meningkatkan Paling Tinggi di Maret 2021. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210415141008-4-238128/impor-dari-negeri-kpop-meningkat-paling-tinggi-di-maret-2021>
- Kominfo, P. (n.d.). *Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU. *Kinesik (Edisi Elektronik)*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Muzaky, E. B. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Ponorogo)*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/8479/>
- Adieb, M. (2021, February 21). *Content Development: Pengertian, Tugas, serta Skill yang Harus Dimiliki*. Glints Blog. <https://glints.com/id/lowongan/content-development/>
- WordStream. (2023, November 6). *Social media marketing for businesses*. <https://www.wordstream.com/social-media-marketing>
- intern. (2024). <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/intern>
- Sarinah Pandu. (n.d.). Sarinah. <https://sarinah.co.id/sarinah-panduid>
- Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia/Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(1), 57–65. <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i1.15>
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.

A Ferdinand, 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Diskominfo Jatengprov. (2012). CREAME 1: Tentang riset. <https://diskominfo.jatengprov.go.id/2019/wp-content/uploads/2019/05/CREAME-1.-Tentang-Riset-2012.pdf>

Tim Penulis Uhamka. (2021). *Kewirausahaan: Konsep dan Pengembangan*. PT RajaGrafindo Persada. Depok (ISBN: 978-623-372-016-8).

Coker, K. K., Flight, R. L., & Baima, D. M. (2017). SKIP IT OR VIEW IT: THE ROLE OF VIDEO STORYTELLING IN SOCIAL MEDIA MARKETING. *Marketing Management Journal*, 27(2).

Keller, Kevin Lane. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

Rainmaker Digital, LLC. (2016). *Copywriting 101, How to Craft Compelling Copy*. Retrieved from Copyblogger: www.copyblogger.com

Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu menguasai copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.

Putri, N.A. (2020, September). Pengaruh brand knowledge dan hedonic shopping value terhadap pembelian impulsif dengan emosi positif sebagai moderasi. Dalam SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi (Vol.2).

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller., 2014., *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke13, Jilid 1&2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

Kampus, L. J. (2021, November 1). *Masyarakat Lebih Suka Nonton daripada Baca Buku, Apa Sebabnya? – LPM JURNAL KAMPUS*. <https://jurnalkampus.ulm.ac.id/2021/11/01/masyarakat-lebih-suka-nonton-daripada-baca-buku-apa-sebabnya/>

Bughin, J., Doogan, J., & Vetvik, O. J. (2010). A new way to measure word-of-mouth marketing. *McKinsey Quarterly*, April(2), 1–9. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=49470282>

Moriarty, S. E., Wells, W., & Mitchell, N. (2009). *Advertising: Principles & Practice*. Prentice Hall.

Solís-Carcaño, R. G., Corona-Suárez, G. A., & García-Ibarra, A. J. (2015). The use of project time management processes and the schedule performance of construction projects in Mexico. *Journal of Construction Engineering*, 2015, 1–9. <https://doi.org/10.1155/2015/868479>

Fachrudin, Andi (2012). *Dasar – Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing*. Jakarta.

Pratista, Himawan. (2017). *Memahami Film*. Yogyakarta: Montase Press

Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana

Shaw, M. (2009). *Copywriting: Successful Writing for Design, Advertising, Marketing*. Hachette UK.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA