

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani et al. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
- Annur, C. M. (2024, March 1). *Ini Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia Awal 2024*.
- Bly, W. R. (2020). *The Content Marketing Handbook*. Entrepreneur Media, Inc.
- Chalimi, Ach. N. F. (2021). *Aplikom statistik berbasis SPSS*. Lembaga Chakra Brahma Lentera.
- Clow, E. K., & Baack, D. (2022). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications (9th Edition)*. Pearson Education Limited.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Jessica, C. (2021). *8 Strategi Personal Branding Lewat Instagram yang Perlu Dipahami*. Glints.Com.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Lestari, I., & Azizah, N. (2024). Pengaruh Brand Equity dan Brand Love terhadap Brand Trust melalui Social Media Marketing sebagai variabel Intervening pada Produk Perawatan Kulit Somethinc. *Journal of Economic, Business and Accounting*.
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing research: an applied orientation (7th ed.)*. Pearson India Education Services.
- Pahlevianur et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGrawHill Education.
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Quesenberry, A. K. (2019). *Social Media Strategy - Marketing, Advrtising, and Public Relations in The Consumer Revolution*. Rowman & Littlefield.
- Rahmawati. (2021). Pengaruh Konten Post dan Testimonial terhadap Brand Trust pada Followers Instagram Tea Break Cabang Kabupaten Sampang . *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*.

- Roflin et al. (2021). *POPULASI, SAMPEL, VARIABEL DALAM PENELITIAN KEDOKTERAN*. NEM.
- Siregar, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS*. Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sudaryana, B., & Agusadi, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugeng, B. (2022). *Buku Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*. Alfabeta.
- Utami, N., & Cahya, D. (2023). Pengaruh Social Media Instagram Marketing dan Brand Image terhadap Purchase Intention Produk Avoskin dimediasi oleh Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*.
- Zacharias et al. (2019). *METODE PENELITIAN SOSIAL TEORI DAN APLIKASI*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Zahira, S. E., & Prasetyo, A. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK KOSMETIK SARIAYU MARTHA TILAAAR (Studi kasus pada social media Instagram). *JURNAL ILMIAH MAHASISWA EKONOMI MANAJEMEN*.
- Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. (2017). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND TRUST PADA FOLLOWERS INSTAGRAM DOMPET DHUAFA CABANG YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen Dan Adminsitrasi Islam*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA