

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Sedayu Group. (2021). *Korporasi sejarah kami visi & misi proyek kami*. <https://www.agungsedayu.com/id/about>
- Bambang, W. S., & Diaz, H. (2020). Peluang revolusi industri 4.0 bidang pemasaran: Pemanfaatan aplikasi e-commerce, sosial media Instagram dan digital marketing terhadap keputusan instant online buying konsumen generasi milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3. <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/52/>
- Djaini, P. (2025, Februari 2). Peluang dan ancaman: Analisis strategi PT CTRA dalam menguasai sektor properti. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (MEA)*, 9. <https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4952/2190>
- Fauzi, V. P. (2016, Februari 1). Pemanfaatan Instagram sebagai social media marketing ER-Corner Boutique dalam membangun brand awareness di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3. <https://media.neliti.com/media/publications/33150-ID-pemanfaatan-instagram-sebagai-social-media-marketing-er-corner-boutique-dalam-me.pdf>
- Maoyan, Z., Zhujunxuan, Z., & Sangyang, S. (2014, September). Consumer purchase intention research based on social media marketing. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10). http://ijbssnet.com/journals/Vol_5_No_10_1
- Noorathasia, N., Meria, O., & Detta, R. (2023). Strategi content marketing Sociolla pada situs web Beauty Journal. *Comdent: Communic*, 1(1). <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45773>
- Smith, P. (2017). *The SOSTAC® guide to your perfect digital marketing plan* (3rd ed). Smart Insights.
- Praditha, R., & Ruth, M. M. U. (2020, Juli). Pengaruh social media marketing content Instagram @kedaikopikulo terhadap sikap konsumen. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2526/1338>
- Putri, F. A., Silvia, A. P., Meylia, M., & April, L. (2024). Strategi komunikasi dalam berjualan di era digital. *Harmoni Widyakarya*, 2(4). <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i4.4347>
- Selfina, A., & Anisa, D. (2024). Perencanaan konten media sosial Instagram @kampunginggrisbdg dalam membangun customer engagement. *Coverage: Jurnal Komunikasi*, 15(1). <https://doi.org/10.35814/coverage.v15i1.6232>
- Song, X., Muhammad, S. A., & Ihsan, E. (2024, Juli 21). Mengelola krisis merek perusahaan dalam era digital di Indonesia. *Jurnal MEA: Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 8(2). <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4306>

Wayan, D. A. W., & Fitria, A. (2020, April 1). Social media marketing: Consumer behavior on the cruelty-free concern of beauty brand. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Digital*, 17.