

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Halim, Fitria.dkk. (2020). *Marketing Dan Sosial Media*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Predana Media Group.
- Rumondang, Astri.dkk. (2020). *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Saputra, Didi H. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Baik*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, A.M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.

E-book

- Budiastuti, Dyah & Bandur, Agustinus. (2018). *Validitas Dan Realibilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Firmansyah, M Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Harsono, Sonny. (2004). *Skala Pengukuran variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Roderick J, Brodie.dkk. (2015). *Customer Engagment: Contemporary issues and Challenges*. London: Routledge.

- Kennedy, John E. & R. Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication: Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Komputer.
- Lieb, Rebecca & Szymanski, Jaimy. (2017). *Content- The Atomic Particle of Marketing The Definitive Guide To Content marketing Strategy*. London: Kogan Page.
- Palmatier, Robert W.dkk. (2017). *Customer Engagement Marketing*. Berlin: Springer International Publishing.
- Panuju, Redi. (2019). *Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi-komunikasi Sebagai Strategi Pemasarn*. Jakarta: Kencana.
- Prajarini, Dian. (2020). *Media Sosial Periklanan- Instagram*. Yogyakarta. Deepublish.
- Pulizzi, Joe. (2013). *Epic Content Marketing*. New York: Mc Graw Hill.
- Setiawan, Iwan & Savitry, Yosanova. (2016). *New Content Marketing Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Smith, Nick. (2013). *Social Media Marketing*. London: John Murray Press.

Sumber Internet:

- Afrilia, Natasia. (2020). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Online Engagement Pada Akun Instagram Glints Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Bandung: Universitas Padjajaran
- Ahmad, N.S., Musa, R. & Harun, M.H.M. (2015). *The Impact of Social Media Content Marketing (SMCM) Towards Brand Health*. *Procedia Economics and Finance*, hal 331-336. (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> diakses pada 23 Desember 2020)
- Barger, V.A., Peltier. J. & Schultz, D. (2016). *Social Media and Customer Engagement: A Review and Research Agenda*. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 10 (4). (<http://dx.doi.org/10.1108/JRIM-06-2016-0065> diakses pada 23 Desember 2020)
- Bening, B & Kurniawati, L. 2019. *The Influnce of Content Marketing Toward The Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta*. *Journal International Conference On Technology, Education And Science*. (138-148). diakses pada 5 Juni 2021

- Butsi, Febry Ichwan. (2019). *Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis Dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi*. [online], *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 2 (1), 53-54. (www.ejurnal.stikpmedan.ac.id diakses pada 6 Juni 2021)
- Chandra, Natalia C. (2021). *Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID)*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Jakarta Barat: Universitas Tarumanegara
- Hardianto, Antonius W. (2019). *Analisis Stimulus-Organism-Response Model Pada "Dove Campaign For Real Beauty" 2004 – 2017*. *Jurnal Transaksi*, 11 (1), 67-69. (<http://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/view/529> diakses pada Juni 2021)
- Hootsuite and We Are Social. (2019). *Digital 2019 Indonesia: All The Data and Trends You Need To Understand Internet, Social Media, Mobile, And E-Commerce Behaviours in 2019*. (<http://hooutsuite.com> diakses pada 23 Desember 2020)
- Irene, Laurentia. (2019). *Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention dengan Vrand Attitude dan Customer Engagement Sebagai Variabel Perantara pada Pengguna Rokok Wismilak di Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Petra. Surabaya: Universitas Petra.
- Lay, Jana & Bowden, Hwa. (2009). *The Process Of Customer Engagement: A Conceptual Framework*. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 17 (1), 63-65. (<https://scholar.google.com.au/citations?user=mEJZlpAAAAAJ&hl=en> diakses pada 28 Mei 2021)
- Kusniadji, Suherman. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods, (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*. *Jurnal Komunikasi*, 8 (1), 86. (<https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/49/54> diakses pada 23 Mei 2021)
- Novianti, Rani & Mulyana, Mumuh. (2014). *Pengaruh Promosi Media Digital dan Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Studi Kasus pada The Botol Sosro*. *ResearchGate*. October (2014). (DOI: 10.13140/RG.2.2.27711.00161. diakses pada 23 Desember 2020)
- Nursatyo & Rosliani, Dini. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pemandang Harga Telunjuk.Com*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1 (2), 4952. (<http://ejournal.president.ac.id/presunivojs/index.php/EXPOSE/article/view/430> diakses pada 27 Mei 2021)

- Prabowo, Budi & Djuwita Amalia. (2019). *Karakteristik Media Sosial Instagram Dalam Aksi Kampanye Penanggulangan Sampah Plastik Dalam Akun @greenarationid*. *Jurnal Komunikasi*, 6 (3). (<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/155929/slug/> diakses pada 23 Mei 2021)
- Sungkono, N & Nanlohy, Stevano A. (2019). *Pengaruh Iklan TVC TIX ID Versi "Pengabdi Zombie" Terhadap Brand Awareness*. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2 (2), 145-146. (https://library.moestopo.ac.id/index.php?p=show_detail&id=40995&keywords diakses pada 1 Juni 2021)
- Syifa, Hana. (2017). *Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi pada Akun Instagram Heavenly Blush)*. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Bakrie. (<http://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/614> diakses pada 23 Desember 2020)

