

Daftar Pustaka

Buku

- Bungin, Burhan, H.M. 2007. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Prenada Media Group
- Evans, Dave and Joe Cothrel. 2014. Social Customer Experience: Engage and Retain Customers Through Social Media. Sybex: Kanada
- Gamble, Stephen. (2016). *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Canada: Willey.
- Kasiram, Moh. 2008. Metodologi Penelitian. Malang: UIN-Malang Pers
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 1. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Nasrullah, Rulli. 2012. Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Noor. Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian. Jakarta: Prenada Media Group
- Purba, Amir dkk. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Medan: Pustaka Bangsa Prss.
- Ryan, Damian. (2017). *Understanding Digital Media, Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. London : Kogan Page.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Puspa P, Ratih T, Dede R. Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Konsumen Thirteenth Shoes Bandung). Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung : Bandung
- Nabila H, Annetta G. Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement dan Dampaknya Terhadap Brand Loyalty pada Kosmetik Caring Colours Martha Tilaar. Skripsi. Tidak diterbitkan. Binus University : Jakarta
- Amanda P, Imam B, Satria F. Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember : Surabaya
- Johan L, Diah D. Pengaruh *Content Marketing* dan *Event Marketing* Terhadap *Customer Engagement* dengan *Social Media Marketing* sebagai Variabel Moderasi di Pakuwon City. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra : Surabaya
- Aditya, R., 2015, Penentuan Rute Distribusi Barang Menggunakan Pendekatan Saving Matrix (Studi Kasus Pada Distributor Sepatu Olahraga “ATTA BELITUNG SPORT”), Tesis, Program Studi S2 Ilmu Komputer, MIPA, Universitas Gajah Mada
- Arianis C, Dwi A. *The Analysis of Content Marketing in Online Fashion Shops in Indonesia*. Jurnal. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran: Bandung
- Andirfa, Mulia. 2009. Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan dan Lain-Lain Pendapatan yang Sah Terhadap Pengalokasian Anggaran Belanja Modal. Jurnal Akuntansi Universitas Unsyiah Kuala
- Brodie, R.J., Hollebeck, L.D., Juric, B., & Ilic, a. (2011). Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Service Research*, 14, 252-271
- Chaffey, Dave et. al. (2000). *Internet Marketing : Strategy, Implementation, and Practice*. Prentice Hall, England.
- Karr, D. (2016).”How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys”. Meltwater Outside Insight
- Kharis, Ismu Fadli.2011.Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online. Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang

So, KKF, King, C, & Sparks, BA 2014b, 'The Role Of Customer Engagement in Bulding Consumer Loyalty to Tourism Brands', Journal of Travel Research, pp.1 -15.

Website

<http://coffeeland.co.id/peluang-bisnis-kedai-kopi/> diakses pada 05 September 2018

<http://pakar.co.id/2018/03/02/line-aplikasi-yang-didominasi-pengguna-remaja/> diakses pada 12 September 2019

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html> diakses pada 16 September 2019

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> diakses pada 16 September 2018

<https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2014-2-02138-SI%20Bab2001.pdf> diakses pada 16 September 2018

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/6611> diakses pada 18 September 2018

<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran> diakses pada 24 September 2018

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet> diakses pada 26 November 2018

<https://id.techinasia.com/potensi-digital-marketing-indonesia-di-tahun-2017> diakses pada 19 Januari 2019 pukul 16.33

<https://www.businessapps.com/blog/content-strategy-customer-engagement/> diakses pada 12 Februari 2019 pukul 20.00

<https://sociabuzz.com/instagram-engagement-rate-calculator>

diakses pada 10 Mei 2019 pukul 09.45

<https://www.kompasiana.com/petraradyab/5cd112cb95760e45572fa526/konten-marketing-dan-copywriting-starbucks-indonesia?page=all>

diakses pada 12 Mei 2019 pukul 14.35