

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran) By Dr. M.Anang Firmansyah, S.E., M.M.

Kotler, Philip And Gary Armstrong. 2012. Prinsip - Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Yin K, Robert (2008) “Studi Kasus”

Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010 “User Of The World, United! The Challeng And Opportunities Of Social Media”. Bussiness Horizons 53 (1). P 61.

Bungin, Burhan 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif : Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya. Edisi Kedua Cetakan Kelima, Jakarta : Kencana.

Cangara, Hafield. 2017 Perencanaan Dan Strategi Komunikasi, Jakarta : Rajawali Express.

England: Pearson Education Limited. Denzin, Norman K, (2002). SAGE Qualitative Research Manual.

Evans, Dave. (2010). Social Media Marketing: Next-Generation Business Engagement. Indiana: John Wiley And His Son.

Gamble, Stephen. (2016). Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, And Interactive Media To Attract And Engage Customers. Canada: Willey.

Genelius Susan. 2011. 30 Minute Sosial Media Marketing. United States : Mc Graw Hill Companies.

Mcpheat, Sean. (2011). Content Marketing. The Internet Marketing Academy & Ventus Publishing Aps.

Miles, Matthew B. And A. Michael Huberman. 2005. *Qualitative Data Analysis* (Terjemahan). Jakarta : UI Press.

Moleong L. J. 2011. *Metodologi Penelitian Edisi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Dennis Pontoadi. Year 2011. *Menciptakanpenjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.

Sherman Dan Smith. A.S.2013. "Keterlibatan Media Sosial Untuk Orang Bodoh." New Jersey: John Wiley & Sons

JURNAL

Daniel Tanu Wijaya. Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Experience Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Rokok Sampoerna Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran Universitas Kristen Petra*, Vol. 6, No 2 (2019).

Fachrizalabiyyuansyah, Andriani Dan Kusumawatiari Irawan. Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi Pada Strategi Content Marketing Amstirdam *Coffee* Malang).*Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 73, No 1 (2019).

Johan Ardi Limandono Dan Diah Dharmayanti. Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Manajemen Pemasaran universitas Kristen Petra*, Vol. 5, No 1 (2018).

Perilaku Konsumen Mengonsumsi Beras Organik Di Kota Denpasar Berdasarkan *Theory Of Planned Behavior*. I Komang Tresna Eka Putra, I Putu Gede Sukaatmadja, Ni Nyoman Kerti Yasa. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udaya, Bali. (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/article/download/17863/16135>).

Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Customer Engagement* Dan Dampaknya Terhadap *Brand Loyalty* Dalam Perawatan Kosmetik Warna Martha Tilaar. Vo 7 No. 1. Jurnal Universitas Binus. Nigar Pandrianto Dan Gregorius Genep Sukendro. Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara, Vol. 10, No 2 (2018).

The Influence Of Social Media On User Engagement On The College Library's Facebook Account. Nova Indah Wijayanti Rita Yulianti Bagus Wijaya. Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, Vol. 15 No. 1, Juni 2019.

Consumer Engagement In Online Brand Communities: A Social Media Perspective. Laurence Dessart, Cleopatra Veloutsou, Anna Morgan-Thomas. 2015.

A Thematic Content Analysis Of How Marketers Promote Energy Drinks On Digital Platforms To Young Australians. Limin Buchanan, Heather Yeatman, Bridget Kelly, Kishan Kariippanon. 2018.

The Assessment Of Activities Conducted By Companies In Social Media In Light Of Research Concerning Their Users. Bogdan Gregor, Tomasz Kubiak. 2014.

Social Media Marketing And Customer Engagement: A Review On Concepts And Empirical Contributions. Dissanayake D.M.R, Siriwardana A., Ismail N.. 2019.

WEBSITE

<https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia2019/>.

Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020 pukul 13.00)

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020 pukul 20.00)

<https://panduanim.com/apa-itu-content-marketing/>. Diakses pada tanggal 16 oktober pukul 12.58).

<https://www.progresstech.co.id/blog/manfaat-sosial-media-bisnis/>. Diakses pada tanggal 16 Oktober pukul 22.00).

<https://infodigimarket.com/digital-marketing-dan-social-media-marketing/>. Diakses

pada tanggal 17 Oktober pukul 00.05).

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram/>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2020 pukul 00.45).

<https://www.tanke.fr/en/instagram-engagement-rate-calculator-2/>. Diakses pada tanggal 18 Oktober 2020 pukul 03.00)

https://www.instagram.com/bittersweet_by_najla/?hl=en. Diakses pada tanggal 18 Oktober 2020 pukul 5.22)

<https://www.instagram.com/sobatmentai/?hl=en>. Diakses pada tanggal 18 Oktober pukul 19.00