

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Brodie, Roderick J. et al. 2011. *Consumer Engagement in A Virtual Brand Community: An Exploratory Analysis*.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Kedua. Cetakan ke-5. Jakarta: Kencana
- Creswell, John, W. (2002). *Research Design: Desain Penelitian*. Jakarta: KIK Press
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2006). *Marketing Management*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2007). *Marketing Management*. Edisi Kedua Belas. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Moleong L. J. 2011. *Metodologi Penelitian Edisi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

### JURNAL

- Abiyyuansyah, F., Kusumawati, A., & Irawan, A. (2019). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Menciptakan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang). 73. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2905/3289#>
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Parwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementrian Pariwisata RI (Studi

Deskriptif Pada Akun Instagram @indtravel). 3.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2344>

Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Menciptakan Customer Engagement Di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhid Bandung. XV.  
<http://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/2028>

Nandaryani, N. W., Santosa, N. A., & Putra, I. P. D. A. (2021). Analisis Desain Konten Instagram Sebagai Strategi Promosi @sayurboxbali.  
<https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/584>

Pandrianto, N., & Sukendro, G. (2018). *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement*. (Vol. 10).  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2619>

## ONLINE

Bbs.binus.ac.id. (2017, Agustus 06). *Perlunya Customer Engagement dalam Media Sosial Organisasi Bisnis*. Retrieved Mei 29, 2021, from <https://bbs.binus.ac.id/management/2017/08/perlunya-customer-engagement-dalam-media-sosial-organisasi-bisnis-2/>

Bbs.binus.ac.id. (2018, Agustus 13). *Content Marketing*. Retrieved Mei 29, 2021, from <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/content-marketing/>  
Jurnal Entrepreneur. (2019, Maret 12). *Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing*. Retrieved Juni 16, 2021, from <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>

Kompasiana. (2018, Juli 19). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Pemasaran. Retrieved Mei 26, 2021, from <https://www.kompasiana.com/habib31079300/5b50a860ab12ae6a3632a722/pemanfaatan-media-sosial-instagram-sebagai-sarana-pemasaran>

Total Gifts Indonesia. (2016, Juli 22). *Apa Saja yang Bisa Menjadi Konten Promosi di Media Sosial?* Retrieved Juni 14, 2021, from

<https://www.totalgiftsindonesia.com/apa-saja-yang-bisa-menjadi-konten-promosi-di-media-sosial/>

UKM INDONESIA. (2020, Juni 1). *Membuat Konten Promosi yang Efektif*. Retrieved Juni 14, 2021, from <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/322>

Xendit.co. (2018, Oktober 1). *Inilah 5 Trik Menjalankan Strategi Pemasaran Online yang Efektif*. Retrieved Juni 12, 2021, from <https://www.xendit.co/id/blog/inilah-5-trik-menjalankan-strategi-pemasaran-online-yang-efektif/>