

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

Evans, D. (2010). *Sosial Media marketing: the next generation of business engagement*. John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing 14th edition*. New Jersey: Pearson Education Inc, 67.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management eBook*. Pearson Higher Ed.

Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & HoMing, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.

Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi*.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

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

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.

Suparyogo, I. (2001). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

Amalia, Debika Chairina. 2020. Pengaruh *Content Marketing* Di Instagram *Stories* @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen.

Fadillah, S.N. dan Setyorini, Retno. 2021. Analisis Implementasi Strategi *Content Marketing* dalam Menciptakan *Customer Engagement* di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung

Lucyanto, Ilham Bagas dan Rachmansyah, Rizaldy Moch.2017.Penerapan Strategi *Digital Marketing*, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Milhinhos, V.R.P. 2015. *The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers : The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content*.

Rohadian, Safitri, et al. 2019. Upaya Membangun *Customer Engagement* Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus online shop yang menjual produknya sendiri)

Rowley, J. (2008). *Understanding digital content marketing. Journal of marketing management*, 24(5-6), 517-540.

Setiawan, M.R. dan Rachmawati, Indri. 2019. Strategi *Digital Content Marketing* Eiger melalui Media Sosial Instagram.

ST, Gani G.A. 2013. Sejarah dan Perkembangan Internet Di Indonesia.

Verhoef, P. C., Reinartz, W. J., & Krafft, M. (2010). Customer engagement as a new perspective in customer management. *Journal of service research*, 13(3), 247-252

Watie, Setya Dwi Errika. 2012. Periklanan Dalam Media Baru (*Advertising In The New Media*).

Website

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

(Diakses bulan Juni 2021)

<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>

(Diakses bulan desember 2021)

<https://www.justaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia>