

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmad, N. S., Musa, R. Harris, M., & Harun, M (2016). The impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards brand health. *Procedia Economic and Finance*, Volume 37, Halaman 331-336
- Brodie, RJ, Ilic, A, Juric, B & Hollebeek, L 2011, 'Consumer Engagement in a Virtual Brand Community: An Exploratory Analysis', *Journal of Business Research*, vol.66, no.1, pp.105-114
- Bungin, Burhan. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Eriyanto, 2011. Analisis Isi. Jakarta: Kencana
- Evans, D, Mckee, J & Bratton, S 2010, *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*, Wiley Publishing, Canada
- Kucuk, S. U., & Krishnamurty, S. (2007, Februari). An Analysis of Consumer Power On The Internet. *Technovation*, 27, 47-56.
- Lee, D., & Nair, H. S. (2014, May). The Effect of Social Media Marketing Content on Customer Engagement
- Malhotra, Naresh. K. 2005. Riset pemasaran: pendekatan terapan. Edisi keempat. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks
- Moleong, J. Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan 16. Bandung: PT Remaja Rosdakarya (ROSDA)
- Neuman, W. Lawrence. 1997. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach (Third Editions)* Baston: Allyn and Bacon
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-10 Bandung: CV. Alfabeth
- Sanjaya, R & Josua Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Jurnal:

- Sarastuti, D (2017) Strategi Komunikasi Pemasaran *Online* Produk Busana Muslin Queenova
- Nuranindya, D (2012) Proses Pembentukan *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Melalui Penerapan *Integrated Marketing Communication (IMC)* Para Produk Jasa Baru
- Pandrianto, N & Sukandro, G. G. (2018) Analisis Strategi Pesan *Content Marketing* Untuk Mempertahankan *Customer Engagement*.

Sukamdewi R. A & Prihatsanti, U. (2017) Hubungan Antara *Brand Trust* Dengan *Customer Engagement* Pada Mahasiswi Pengguna Wardah Kosmetik

Limandono, J. A. & Dharmayant, D. (2016) Pengaruh *Content Marketing* dan *Event Marketing* Terhadap *Customer Engagement* Dengan *Social Media Marketing* Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City

Artikel atau Internet:

<https://www.emarketer.com/Chart/Indonesia-Internet-User-Metrics-2017/212741> diakses pada tanggal 10 November 2018

https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media diakses pada tanggal 10 November 2018