

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, Dave, & Eliis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Sixth Edition*. Pearson.
- Clow, K., & Baack, D. (2021). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications: Vol. Global Edition*. Pearson.
- Cohen. H. (2016). *Content Marketing Definition*.
- Delicia, Michaela, Sienny, & Vido. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia*.
- Dharmayanti, D., & Juventino, A. K. (n.d.). *Analisis Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement Dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce Zalora Indonesia Di Surabaya*.
- Dhifa. Nabila., et al. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.9*. Intrans Publishing Group.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*.
- Erfani, T. (2022, March 7). *TikTok Ramai Digunakan di Indonesia, Bagaimana Islam Memandangnya?* Kumparan.
- Fauzan, & Dian. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan Apparel Dengan Customer Engagemeng Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada Akn Instagram @authenticsid)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Ferdinand Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*.
- Handayani, E., & Dedi, M. (2017). *Pengaruh Promosi Wisata Bahari dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjuungan Wisatawan di Pelabuhan Muncar Banyuwangi*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskill*, 7(2).
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Gramedia.
- Heru Chandara, & Litamanen. (2021). *Analisis Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram @bloomcoffeejkt)*. *Jurnal Untar* , 5(1).
- Karr D. (2016). *How to Map Your Content to Unperdictable Customer Journeys* . Meltweather.
- Kingsnorth. S. (2016). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing* (Kogan Page Limited).
- Kotler, Keller, Brandy, Malcolm, & Hansen. (2019). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Prenhalindo.
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2017). *Marketing Research: an Applied Orientation* (5th ed.). Pearson Education Services.
- Michael R. Solomon. (2017). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being, : Vol. Global* (12th Edition).
- Miguna Astuti, Rosali Sembiring, & Jenji Gunaedi. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dan Perilaku Teknologi pada Society 4.0*.

- Pandrianto, N., & Sukendro. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(167).
- Pulizzi. (2014). *Epic Content Marketing*. Content Marketing Institute.
- Rachmadi. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (1st ed.). TIGA.
- Reza Nur Shadrina, & Yoestini Sulistyanto. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Managemen Diponegoro*, 11(1).
- Rizky Wahyu, & Sungkono. (2023). Pengaruh Strategi Content Marketing Terhadap Minat Beli Pada Mebel Skinah Karawang. *Jurnal Economia*, 2(6).
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Approach)*. Deepublish.
- Ryan. (2014). *Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation* (3rd ed.). Kogan Page.
- Smith, J. D., & Harvidsson, P. (2017). Content Marketing's Effect on Customer Engagement-A Qualitative Study Using A Multidimensional Approach. *Academy of Textiles, Technology and Economics, University of Boras*, 32.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- W Lawrence Neuman. (2014). *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches*. Pearson Educations Limited.
- Zhao G, Liu.S, Lopez, C., Lu, H., Elgueta, S., & Chen, H. (2019). *Blockchain technology in agri-food, value chain management: A synthesis of applications, challenges and future research directions*.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A