

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyyuansyah, F., Kusumawati, A., & Irawan, A. (2019). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 73, Issue 1). <https://www.jawapos.com/jpg->
- Ali, S., Rose Alinda, A., Syed Norris, H., Marlia, P., Siti Hamisah, T., Cotet, G. B., Balgiu, B. A., Zaleschi (Negrea), V. – C., Matushevych, T., Abu Ahmad, I., Teknologi, U., Bandar, M., Abdul, T., Pahang, R., Pendidikan, F., National Education Association (NEA), Information Management Department, HASSAN, C. N. B., Luthfi, A., ... Othman, A. (2018). Strategi Membangun Perilaku Dalam Menggunakan Produk Hijau (Ramah Lingkungan) Melalui Pengetahuan Konsumen, Sikap, Gaya Hidup, Norma Subyektif dan Kepedulian Lingkungan. □□□□□□, □ □□□□(2), ثقفنا
<https://doi.org/10.1051/matecconf/201712107005>
- Banyu Bening. (2019). Pengaruh Content Marketing Pada Viral Marketing da Customer Engagement Pengguna Tokopedia Di Yogyakarta.
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). *The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta*. <http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/incotes/index>
- Bruno, L. (2019). Pengaruh Spiritualitas, Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips LED di Surakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Claodya Lee, N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Kemasa PET 450 ML (Studi Pada Pengunjung Minimarket di Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(4).
- Daslim, O. (2019). Pengaruh Kegiatan Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Klook Indonesia (Survei pada Free Independent Traveler di Jakarta).
- Databoks.katadata.co.id. (2019). Pasar E-commerce Di Indonesia. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2019/04/25/Indonesia-Jadi-Negara-Dengan-Pertumbuhan-e-Commerce-Tercepat-Di-Dunia>.
- Dianti, S. (2018). Keputusan Terhadap Jasa Penggunaan.
- Forbes.com. (2015). *Customer Engagement Is Everything In Business*.

<https://www.forbes.com/sites/micahsolomon/2015/12/24/customer-engagement-is-everything/#3b83403466b6>.
<https://www.forbes.com/sites/micahsolomon/2015/12/24/customer-engagement-is-everything/#3b83403466b6>

Hanif, F. (2018). BAB II CEK.

Irene, L. (2019). Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Attitude Dan Customer Engagement Sebagai Variabelperantara Pada Pengguna Rokok Wimsilak Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(2).

Jubelio.com. (2020). *Content Marketing Jubelio*. <https://jubelio.com/category/event-promo/>. <https://jubelio.com/category/event-promo/>

Koestiono, E. K. (2012). Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention dengan Brand Experience dan Customer Engagement Sebagai Variabel Perantara pada Pengguna Rokok Wismilak di Surabaya. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Limandono, J. A. D. D. (2018). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.

Lokito, S., Hartanto, D. D., & Santoso, M. A. (2018). Perencanaan Strategi Pemasaran Content Marketing Buleleng Bali Coffee. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(12). <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/7117/6456>

Lutfie, H. & Y. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pada Elzatta Bandung Tahun 2019).

Mahandy, S. R., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepercayaan Merek (Survei Pada Followers Social Media Instagram @strudelmalang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 57, Issue 2). www.malangstrudel.com,

Meilyana, E. (2017). RS1_2017_1_931_Bab2.

Nazar. (2019). BAB III.

Oktini, P. P. R. T. D. R. (2016). Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Prosiding Manajemen*, 116–121.

Rahmawati, E., & Aji, S. (2015). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 246. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150204.id>

Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement

Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4). <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1925>

Shopback.co.id. (2018). Pola Perilaku Belanja Online. <https://www.shopback.co.id/katashopback/prediksi-tren-e-commerce-di-indonesia-pada-2018>.

superoffice.com. (2020). Statistik Penting nya Pengalaman Pada Konsumen. <https://www.superoffice.com/blog/customer-experience-statistics/>

Websindo.com. (2019). Statistik Pengguna Digital Dan Internet Indonesia Tahun 2019. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>