

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Abiyyuansyah, F., Kusumawati, A., & Irawan, A. (2019). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement . *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 73.
- Arianis, C., & Astari, D. (2017). The Analysis of Content Marketing in Online Fashion Shops in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research Vol.6 No.2*, 225-233.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Bening, B. (2019). Pengaruh Content Marketing Pada Viral Marketing Dan Customer Engagement Pengguna Tokopedia Di Yogyakarta . *Jurnal Manajemen*.
- Brodie, Hollebeek, Juric, & Ilic. (2015). *Customer Engagement : Contemporary Issues and Challenges*.
- Chaffey, & Chadwick. (2016). *Digital Marketing: Strategi, Implementation, and Practice, Sixth Edition. ed. Pearson*. United Kingdom.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sari Kuliah.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karr, D. (2016). *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*.
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition New Jersey*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Limandono, J. A., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol 5.
- Morissan. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

- Morissan, Corry, & Hamid, F. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Priansa, D. J. (2017). *Pengembangan Strategi dan Model Pembelajaran Inovatif, Kreatif, dan Prestatif dalam Memahami Peserta Didik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value Dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada PEGIPEGI di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol 7, No (1).
- Selang, & Christian. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Freshmart Bahu Manado. *Jurnal EMBA Vol.1 No.3*, 71-80.
- Stanton, & William. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vivek, Beatty, & Morgan. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 122–146.
- Weerasinghe, K. D. (2018). Impact Of Content Marketing Towards the Customer Online Engagement. *International Journal of Research In Business Economics And Management*.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer & Praktis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

- Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif, PTK, R&D*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yanis, N. S. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pada Elzatta Bandung). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Yusuf, A. M. (2017). *Asesmen dan Evaluasi Pendidikan Pilar Penyedia Informasi dan Kegiatan Pengendalian Mutu Pendidikan*. Jakarta: Kencana.