

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States : McGraw Hill.
- Halvorson, K & Rach, M. (2012). *Content Strategy for The Web 2nd Edition*. California: Brekly.
- Karr, (2016). *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater Outside Insight.
- Kotler, P., & Keller, K.L (2017) . *marketing management (15 ed.)*. Harlow, England : Pearson.
- Kotler, P. K. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: Gramedia.
- Indra Novianto Adibayu Pamungkas, S.S., M, S. (2018). *Integrated Marketing Communicartion 4.0*. Megatama.
- Maholtra. N. K dan Birks D. F. (2015). *Marketing Reseacrh: An Applied Approach Updated Second European Edition*. England : Pearson Education Limited
- Maholtra, N. K., & Das, S. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Noida: Pearson Education
- Maholtra, Naresh. (2015). *Riset Pemasaran (cet ke-1)*. Jakarta: PT Indeks.
- Nasrullah. Rulli. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, budaya dan Sositekonologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

- Neolaka, Amos.(2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riadi, Edi. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada media Group.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan kombinasi (mixed method)*. Bandung : alfabeta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso dan Tjiptono. (2001). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Widodo, (2017). *Metodologi Penelitian Populer Dan Praktis*. Rajagrafindo.
- Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif, PTK, R&D*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal:

- Brodie, R. J., Hollebeck, L. D., Juric, B., & Ilic, A. (2011). Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Service Research*, 66(1),105-114.
- Fenni, Supriadi. (2017). Analisis Proses Keputusan Pembelian Online dan Implementasi Costumer Interface 7C Pada PT.Datacom Digital (Studi Kasus Pada www.datacomdigital.com tahun 2016. *Jurnal Manajemen MOTIVASI*, 747-751.
- 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*, 1(1).

Skripsi :

- Hana, Syifa (2017). *Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram Heavenly Blush)*.
- Naili Surayya; M. Yanis (2019). *Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pada Elzatta Bandung Tahun 2019)*.
- Rashid, P. (2014). *Managing Brand Equity in an Integrated Marketing Communication Strategy*.
- Utami, Giska Rizki. (2020) . *Pengaruh sosial media marketing terhadap customer engagement dan loyalitas merek pada akun instagram tokopedia*.
- Yudhi, P (2020) *Social Media marketing, electronic word of mouth and customer engagement*

Internet :

Andi, (2019, April 05). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report

2019. Retrieved April 2019, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

Iman, Mustafa. (2019, Juni 14). Pengguna Instagram di Indonesia didominasi

Wanita dan Generasi Milenial. Retrieved Juni 2019.

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>

Kompasiana. (2018, Juli 19). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai

Sarana Pemasaran. Retrieved Mei 26, 2021, from

<https://www.kompasiana.com/habib31079300/5b50a860ab12ae6a3632a22/pemanfaatan-media-sosial-instagram-sebagai-sarana-pemasaran>