

DAFTAR PUSTAKA

Referensi dari buku :

- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G., Alindar, D. A., . . . Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram sebagai Media Marketing*. Bandung: Cendekia Press.
- Assauri, & Sofjan. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Candra, V., Simarmata, N. I., Mahyuddin, M., Purba, B., Purba, S., Chaerul, M., . . . Jamaludin. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Chakti, & Gunawan, A. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Darma, Budi. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., . . . Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Sleman: Deepublish.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistic Version 26.0*. Bengkalis: Dotplus Publisher
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Tim Qiara Media.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haryanto, & Rudy. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bekasi: Duta Media Publishing.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodelogi Penelitian*. Depok: RajaGrafindo Persada.

- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- L, T., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. UK: Sage.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenada Media.
- Limakrisna, N. (2019). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Bisnis di Indonesia Edisi 3*. Bogor: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Sleman : Deepublish.
- Najmudin, Syihabudin, Ma'zumi, Atiah, I. N., Sujai, & Mahira, N. (2022). *Teori Planned Behavior dan Asuransi Syariah*. Media Sains Indonesia.
- Norfai. (2021). *Kesulitan dalam Menulis Karya Tulis Ilmiah Kenapa Bingung?* Klaten: Lakeisha.
- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., . . . Setiawan, J. (2021). *Pengantar Statistika I*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Oktarina , Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Sleman: Deepublish.
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F., Tasnim, . . . Rantung, G. A. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Panjawa, J. L., & Sugiharti, R. (2021). *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi*. Magelang: Pustaka Rumah C1nta.
- Panuju, R. (2019). *Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., . . . Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Ramdani, P. (2021). *Media Pembelajaran Animasi*. Sukabumi: Farha Pustaka.

- Ratnasari, I. (2021). *Digital Marketing pada Start Up dan UMKM*. Bantul: Absolute Media.
- Roflin, E., Rohana, & Riana, F. (2022). *Analisis Korelasi dan Regresi*. Pekalongan: Nasya Expanding Management.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Deepublish.
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing : marketing strategis for engaging*. Koganpage.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Arfah, Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., . . . Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Santoso, Imam & Madiistriyatno, Harries. (2021). *Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pustaka Indigo.
- Sitoayu, L., Nuzrina, R., & Rumana, N. A. (2020). *Aplikasi SPSS untuk Analisis Data Kesehatan*. Pekalongan: Nasya Expanding Management.
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., . . . Suyuthi, N. F. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Penulis.
- Sudarsono, & Heri. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, B., & Agusiady, H. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Sutha, D. W. (2019). *Biostatistika*. Malang: MNC Publishing.
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sleman: Deepublish.

Referensi dari jurnal, skripsi, makalah, dan sejenisnya :

- Abiyyuansyah, F. (2019). *Analisis Implementasi Strategi Konten Marketing dalam meningkatkan Customer engagement. (Skripsi)*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Ardiansyah, & Muhammad. (2021). *Analisis Peran Konten Instagram Universitas dan Loyalitas Mahasiswa Terhadap Peningkatan Reputasi Universitas Kota Batam. Edumatic: Jurnal Pendidikan Informatika, 5(1), 51.*
- Artvanka, L. (2021). *Analisis Pengaruh Content Marketing Instagram terhadap Customer engagement (Studi Kasus pada PT. Golden Communication Lampung Tahun 2021). (Tugas Akhir)*. Universitas Telkom, Bandung.
- Calvindoro, G. (2021). *Pengaruh Konten Instagram @teamnxl terhadap Customer Engagement (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).*
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement. Prologia, 5(1), 191-197, 192.*
- Dimayanti, A. (2018). *Pengaruh Konten Post pada Media Sosial Instagram Terhadap Citra Merek Harvest Queen Hydroponic (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).*
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). *Analisis Implementasi Strategi Content marketing dalam Menciptakan Customer Engagement di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung. Menara Ilmu, 15(2).*
- Gusti Dewi, G. A., Dewi, A. K., & Putraka, A. N. (2022). *Strategi dan Penerapan Desain Konten Marketing di Instagram sebagai Brand Awareness Jealous Beauty Solution, 2(1), 18.*
- Hariyanti, N. T., Trianto, E. M., & Wirapraja, A. (2020). *Hubungan Variabel Pemasaran Digital Terhadap Electronic Word Of Mouth (E-WOM): Sebuah Studi Literatur. Teknika, 9(2), 146-155.*
- Human, G., Hirschfelder, B., & Nel, J. (2018). *The Effect Of Content Marketing on Sponsorship Favorability. International Journal of Emerging Markets.*
- Illanisa, N., Zulkarnaen, W., & Suwana, A. (2019). *Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Sekolah Dasar Islam Binar Indonesia*

- Bandung. *Jurnal Semar: Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi Rivi*, 1(3), 16-25.
- Limandono, J. A. (2017). *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.
- Litmanen, H. C., & Sari, W. P. (2021). *Analisis Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram @bloomcoffeejkt). Prologia*, 5(1), 184-190, 185.
- Melinda, M. (2020). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Iwishop. Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB)*.
- Nuriela, E. E. (2019). *Peran Kamera CCTV dalam Menunjang Fasilitas Keamanan. Smart Science*.
- Pega, F. E. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Website, Persepsi Harga dan Konten Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Traveloka. Doctoral dissertation, STIE Malangkucecwara*.
- Pradiani, T. (2017). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. Jibeka*, 11(2), 48.
- Prasetyo, Tresnawati, Y., & Kurniawan. (2018). *Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media. Profesi Humas*, 3(1), 102-119, 103.
- Prihatiningsih, & Witanti. (2017). *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. Jurnal Communication*, 8(1), 55.
- Pusya, G. A. N. S. K., Dewi, A. K., & Putraka, A. N. A. (2022). *Strategi dan Penerapan Desain Konten Marketing di Instagram Sebagai Brand Awareness Jealous Beauty Solution. VISWA DESIGN: Journal of Design*, 2(1), 15-24.
- Rickyawan, A., & Wihardi, D. (2020). *Pemanfaatan Akun Instagram @Jktfoodbang Sebagai Media Penyampaian Pesan Tentang Kuliner di Jakarta. PANTAREI*, 4(03), 3.
- Ridha, N. (2017). *Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. Hikmah*, 14(1), 62-70.

- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). *Upaya Membangun Customer Engagement melalui Media Sosial Instagram. Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 179-186.
- S, Ricky Aditya. 2020. *Perilaku Konsumen dalam Dunia Digital. (Makalah)*. Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya.
- Sabiq, & Muhammad, R. (2021). *Pengaruh Kepadatan Penduduk Terhadap Tindakan Kriminal. Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(2), 161-167.
- Sania, A. P. (2021). *Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Akun Instagram @Tumbas.origine pada Tahun 2020)*. (Skripsi). Universitas Telkom, Bandung.
- 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*, 7(1), 12.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. Pro Mark*, 10(1).
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial. Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Triadinda, D., & Yani, D. (2022). *Pengaruh Konten Marketing terhadap Customer Engagement (Instagram Online Shop Produk Tas Segmen Middle Brand “@Shopashopishop”)*. *DINAMIKA: Jurnal Manajemen Akuntansi, Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2), 88-90.
- Utami, G. R. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer engagement dan Loyalitas Merek pada Akun Instagram Tokopedia*. (Skripsi). Universitas Telkom, Bandung.
- Videra, Agnes. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Loyalty dan Customer engagement Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram Zalora Indonesia*. (Skripsi). Universitas Telkom, Bandung.
- Yulianti, Novita, Diana, & Nafisah. (2021). *Pemanfaatan Instagram di dalam Mengelola Bisnis Online Bagi UMKM. Forum Ilmiah Volume*, 18(1), 60.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). *Pengaruh Content Marketing Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.

Referensi dari website :

- Jamilah, A. (2020). *Pengguna Ponsel di Indonesia Bakal Mencapai 89 Persen Populasi pada 2025*. Diakses pada 27 Mei 2022, dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/06/pengguna-smartphone-di-indonesia-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Jessica, C. (2021). *Apa itu Content Marketing*. Diakses pada 27 Mei 2022, dari <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-marketing/#.Yp28BKhBzIV>
- Kadis. (2020). *Pentingnya Peran pada Media Sosial dalam Penyebaran Informasi*. Diakses pada 27 Mei 2022, dari <https://disnakertrans.ntbprov.go.id/kadis-pentingnya-peran-media-sosial-dalam-penyebaran-informasi/>
- Karnadi, A. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta pada 2022*. Diakses pada 26 Mei 2022, dari <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>
- Oswaldo, I. G. (2022). *Jumlah Penduduk Indonesia Capai 273 Juta, Terbanyak ada Di mana?*. Diakses pada 11 Mei 2022, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5981874/jumlah-penduduk-indonesia-capai-273-juta-terbanyak-ada-di-mana>
- Powercommerce. (2021). *Kenali Platform Media Sosial, Maksimalkan Penggunaannya*. Diakses pada 26 Mei 2022, dari <https://powercommerce.asia/platform-media-sosial-dan-segmentasinya/>
- Ratriani, V. (2021). *20 Negara Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia, Berapa Jumlah Penduduk Indonesia?*. Diakses pada 11 Mei 2022, dari <https://caritahu.kontan.co.id/news/20-negara-jumlah-penduduk-terbanyak-di-dunia-berapa-jumlah-penduduk-indonesia?page=all#:~:text=Kemudian%2C%20di%20urutan%20keempat%20sebagai,Indonesia%20mencapai%20277.858.332%20jiwa>
- Rizaty, M. A. (2021). *Kasus Penipuan Paling Banyak di Jawa Barat pada 2020*. Diakses pada 11 Mei 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/16/kasus-penipuan-paling-banyak-di-jawa-barat-pada->

[2020#:~:text=Polresta%20Kota%20Bandung%20mencatatkan%20laporan,Kota%20Banjar%2C%20yakni%20107%20kasus](#)

Rohman, F. (2022). *Internet Adalah Jaringan Komputer, ini Pengertian dan Sejarahnya*. Diakses pada 26 Mei 2022, dari <https://katadata.co.id/intan/berita/61ee4467db13b/internet-adalah-jaringan-komputer-ini-pengertian-dan-sejarahnya>

Tawakal, C. U, & Chozanah, R. (2022). *Peningkatan Penggunaan Media Sosial di Kalangan Remaja dan Dampaknya pada Kesehatan Mental Mereka*. Diakses pada 27 Mei 2022, dari <https://www.suara.com/health/2022/05/17/114522/peningkatan-penggunaan-media-sosial-di-kalangan-remaja-dan-dampaknya-pada-kesehatan-mental-mereka>

Zahrah, S. F. (2022). *7 Jenis Konten Instagram yang Menarik dan Interaktif*. Diakses pada 8 Juni 2022, dari <https://magnate.id/jenis-konten-instagram/>