

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, I. G. N. Y. A., & Wisudawati, N. N. S. (2022). *The influence of social media marketing, content marketing and brand image on instagram toward buying interest (A Case Study on Consumer at Dahlia Beauty Salon)*. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 10(1), 38-50.
- Aisyah, D., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Reputasi , Kualitas Informasi , dan e-WOM terhadap Minat Beli pada Situs Jual Beli Online Tokopedia yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan. 01, 48–59.
- Alhasanah, J. U., Kertahadi, & Riyadi. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.getscoop.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2), 1–10.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2013. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Andreas, R. (2013). *The Big Book of Content Marketing*. New York: Amazon.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Ardiansyah, M. R. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Lazada. Co. Id (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2017) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement: conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271.
- Christine Natalia Chandra, W. P. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Customer Engagement* (Studi Pada Akun Instagram Lazadaid)
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Firmansyah, M.A., 2011. Peraturan tentang pupuk, klasifikasi pupuk alternatif dan peranan pupuk organik dalam peningkatan produksi pertanian. Makalah disampaikan pada Apresiasi Pengembangan Pupuk Organik, di Dinas Pertanian dan Peternakan Provinsi Kalimantan Tengah, Palangka Raya 2–4.

- Fitriyah, A. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. Co. Id (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2019) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Frost, Raymond dan Judy, Strauss. 2016. "E-Marketing". New York: Routledge.
- Gamble, Stephen. (2016). *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*. Canada: Willey.
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 (3rd ed.). *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. 2022. Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 3, No. 3, hal. 329–346.
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 32-40.
- Iffathurjannah, M. I., dan Harti. (2021). Pengaruh keamanan makanan, harga dan rasa terhadap keputusan pembelian mitha. *Jurnal Akuntabel*, 18(2), 235–246.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- 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*, 11.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.
- Meliawati, T., Gerald, S. C., & Aruman, A. E. (2023). *The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention*. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77-92.

- Milhinhos, Patricia Raquel Vasques. (2015). *The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User Generated Content*. FGV EBAPE, Escola Brasileira De Administracao Publica De Empresas. Brazil.
- Musyafak, Sumantri, & Wihara. 2021. "Pengaruh Harga, Iklan (Promosi), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen."
- Pidadaa, Ida Ayu Iswari, and Putu Gede Genta Taruna Suyasab. "The impact of content marketing, influencers, and e-promotion on purchase intention." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga* Volume 31.2 (2021).
- Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing : How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw Hill Education
- Risa, ratna. (2019). Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Jurnal ilmiah manajemen*. 10(1).
- Sari, D. Y., Tjahjaningsih, E., & Hayuningtias, K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant BSB Semarang).
- Saputra, J. A., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Bentuk Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Tahu. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 4(1), 138-146.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- So.K.K.F.,King.C.,Sparks. B.A.&Wang.Y. (2016) *Enhancing customer relationships with retail service brands: The Role of Customer Engagement*. *Journal of Service Management*. 27(2), 170-193.
- Sudarso, A., Suryati, L., Saragih, L. M. S., Fajrillah, F., Syarif, S. H., & Nazara, K. R. P. (2022). *The Influence of Brand Image, Price, Product Quality, and Distribution on Purchase Decisions for Fiesta Chicken Nugget Products (Smart Superstore Medan City)*. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 339-344.
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.Bandung:Alfabeta

- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Syahril Siddik, Muhammad. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Konsumen Shopee) (Doctoral Dissertation, Universitas Teknokrat Indonesia).
- Syaqirah, Z. N., & Faizurrahman, Z. P. (2014). *Managing customer retention of hotel industry in Malaysia*.
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tripathi, M. N. (2009). Customer Engagement - Key to Successful Brand Building. Vilakshan: *The XIMB Journal of Management*
- Wijaya, D. T. (2015). Analisa Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Customer Retention* dengan *Brand Experience* dan *Customer Engagement* dengan Variabel Intervening pada Konsumen Rokok Sampoerna di Surabaya.