

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku/E-Book

Agung, A. (2021). *The Fundamental of Digital Marketing: Strategi Membuat Konten untuk Menarik Audience*. PT Elex Media Komputindo. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=bvpEEAAAQBAJ>. Diakses 17 Februari 2023.

Kamaluddin, A., Rapanna, P., GW, H., & MEDIA, S. A. H. (2017). *Administrasi Bisnis*. SAH MEDIA. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=SkFtDwAAQBAJ>. Diakses 24 Ffebruari 2023.

Mokodompit, M., & Wullur, M. M. (2023). *IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENDIDIKAN KARAKTER*. CV Literasi Nusantara Abadi. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=q92sEAAAQBAJ>. Diakses 19 Februari 2023.

Rachmat, Z., Santoso, A., Sari, M. N., Nugraha, J. P., Waluyo, B. P., Wicaksono, T., Rizky, P. N., Afandi, A., & Yunaz, H. (2023). *Administrasi Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=A-GIEAAAQBAJ>. Diakses 24 Februari 2023.

Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo. Dalam https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=dSpAlXuGUCUC&oi=fnd&pg=PA2&dq=pengertian+metode+penelitian&ots=zV5CFMLQV&sig=KIY9gpqa7pKcqaX1Qwx2jCkIIE&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20metode%20penelitian&f=false. Diakses 29 Desember 2022.

Simanjuntak, M., Hasibuan, A., Nasution, S. P., Hutabarat, M. L. P., Fuadi, F., Pratiwi, I. I., Sahir, S. H., Ramdhani, R. F., & Sudarso, A. (2023). *Digital Marketing dan E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=dq2mEAAAQBAJ>. Diakses 17 Februari 2023.

- Sitorus, S. A., Gheta, A. P. K., Anisah, H., Fitrianna, H., Sherly, S., Umiyati, H., Susanto, P., Girsang, R., Sugiat, M., & Simanjuntak, M. (2022). *Digital Marketing Strategy: Online Marketing Approach*. Media Sains Indonesia. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=i-F1EAAAQBAJ>. Diakses 22 Februari 2023.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=Z-fWDwAAQBAJ>. Diakses 10 Januari 2023.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (S. Y. Suryandari, Ed.). ALFABETA.
- Wijaya, A., Fathurrohman, Y. E., Sisca, S., Mathory, E. A. S., Ernanda, R., Purnomo, Y. J., Hutabarat, M. L. P., Nugroho, A., Wardhana, M. A., & Purba, B. (2021). *Ilmu Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=3KpQEAAAQBAJ>. Diakses 11 Januari 2023.
- Wijaya, A., Jamaludin, M., Khudori, A., Tarecha, R., Fauziah, S., Grace, E., Silitonga, H., Amna, M., Wardhana, A., & Umiyati, H. (2022). *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Media Sains Indonesia. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=-ylgEAAAQBAJ>. Diakses 17 Februari 2023.
- Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=lf7ADwAAQBAJ>. Diakses 19 Februari 2023.
- Yulianto, A., & Setiadi, R. (2022). *Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan*. Gosyen Publishing. Dalam https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LBKHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=perubahan+pemasaran+tradisional+ke+digital&ots=iPhaSXn559&sig=rzT6WYydzvBhNxlCBL_SDqoh1o&redir_esc=y#v=onepage&q=p

erubahan%20pemasaran%20tradisional%20ke%20digital&f=false. Diakses 11 Januari 2023

B. Jurnal Ilmiah

Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer engagement in online brand communities: a social media perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 24(1), 28–42. Dalam <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2014-0635>. Diakses 17 Februari 2023.

Erlangga, H., Sunarsi, D., Pratama, A., Nurjaya, Sistesa, N., Hindarsah, I., Juhaeri, & Kasmad. (2021). Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3672–3678. Dalam <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.1648>. Diakses 21 Februari 2023.

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). Dalam <https://doi.org/10.31869/mi.v15i2.2028>. Diakses 16 Februari 2023.

Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis strategi pesan content marketing untuk mempertahankan brand engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167–176. Dalam <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>. Diakses 19 Februari 2023.

Ramdan, A. M., Maulana, M. F., & Revinzky, M. A. (2022). Penguatan Pemasaran Usaha Rumahan Melalui Facebook Ads Dan Instagram Ads. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2). Dalam <https://www.journal.unpas.ac.id/index.php/businesspreneur/article/view/6102>. Diakses 23 Februari 2023.

Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). Pengaruh Content Marketing terhadap *Customer Engagement* pada TESTOEFL. ID. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 7(2). Dalam <https://doi.org/https://doi.org/10.35908/jeg.v7i2.2193>. Diakses 10 April 2023.

Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh social media marketing terhadap customer engagement dan loyalitas merek pada akun instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198. Dalam <https://core.ac.uk/download/pdf/327188036.pdf>. Diakses 17 Februari 2023.

C. Skripsi

Abiyyuansyah, F. (2019). Abiyyuansyah, Fachrizal. Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang). *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*. Dalam <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/172695>. Diakses 16 Februari 2023.

Farida, N., & Thamrin, M. (2022). Analisis Komunikasi Digital Content Marketing Pada Media Instagram@ Kopixel. id Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Studi Kedai Kopi Kopixel Jember). *Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Jember*. Dalam <http://repository.unmuhjember.ac.id/13573/10/J.%20ARTIKEL.pdf>. Diakses 16 Februari 2023.

Rahardjo, M. (2018). Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian. Dalam <http://repository.uin-malang.ac.id/2410/>. Diakses 10 April 2023.

Salamah, S. (2017). *STRATEGI DIGITAL MARKETING PT. WAHANA MITRA WISATA (WAHANA HAJI UMRAH)*. Dalam <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/48937/1/SANGKOT%20SALAMAH%20-%20FDK.pdf>. Diakses 18 Januari 2023.

D. Website

<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2023-indonesia-february-2023-v01>. “Digital 2023 Indonesia (February 2023) v01”. Diakses 16 Februari 2023.

<https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/fashion/indonesia>. “Fashion - Indonesia. Statista”. Diakses 16 Februari 2023.