

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Altschwager, T., Conduit, J., Bouzdine-Chameeva, T., & Goodman, S. (2017). Branded marketing events: engaging Australian and French wine consumers. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(2). <https://doi.org/10.1108/JSTP-04-2015-0108>
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1).
- Arbi, S., & Hidayatulloh, D. S. (2024). Pengaruh Content marketing Terhadap Customer engagement (Studi Kasus Konten K-Pop Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Bandung). *EProceedings of Management*, 11(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/22085>
- Arsana, I. K. S. (2020). Pengaruh Keterampilan Mengajar Guru Dan Fasilitas Belajar Terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial*, 6(2). <https://doi.org/10.31571/sosial.v6i2.1294>
- Ashari, R. M. H., & Sitorus, O. F. (2023). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan. *Jurnal EMT KITA*, 7(1). <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.726>
- Ashoer, M. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(3). <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 219-231.
- Ata, S., Baydaş, A., & Coşkuner, M. (2023). Effects Of Content Marketing On Customer Satisfaction And Brand Loyalty. *Journal Of Social Sciences*, 6(2). [https://doi.org/10.52326/jss.utm.2023.6\(2\).03](https://doi.org/10.52326/jss.utm.2023.6(2).03)
- Awwad, A. S., Anouze, A. L., & Cudney, E. A. (2024). Competitive priorities and engagement: can they be a source of satisfaction? Customer-centered model. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 41(5). <https://doi.org/10.1108/IJQRM-01-2023-0001>
- Bateman, T. S., & A. Snell, S. (2019). *Manajemen, Kepemimpinan dan Kerja sama dalam dunia yang kompetitif* (10th ed.). Salemba Empat.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Communications Perspective*. McGraw-Hill.
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward

- the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta. *Jurnal.Ustjogja.Ac.Id.*
- Carmo, I. S. do, Marques, S., & Dias, Á. (2022). The Influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Promotion Management*, 28(7). <https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2054903>
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID). *Prologia*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10116>
- Chartalina, C., & Wahyuningrum, S. (2018). Pengaruh Event Marketing terhadap Pengambilan Keputusan Berkuliah yang dimediasi oleh Brand Image (Studi kasus pada mahasiswa angkatan 2018 STIE PGRI Dewantara Jombang. *Repository STIE PGRI Jombang*.
- Christyanti, D. A. (2022). Pengelolaan Customer Engagement pada Media Sosial untuk Membidik Pasar Milenial pada Tahun 2019. *Visi Komunikasi*, 19(1), 110–122. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/download/15128/5455>
- Dessler, G. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (10th ed.). Indeks.
- Dwi Kartika Ningrum Manajemen, E., Ekonomi dan Bisnis, F., Brawijaya, U., & Moh Erfan Arif, I. (2022). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Equity Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01 no 1(1).
- Evania, S., Listiana, E., Wendy, ., Rosnani, T., & Fahrana, Y. (2023). The Effect of Influencer Marketing and Content Marketing on Customer Engagement and Purchase Decisions on Followers. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2023/v23i2917>
- Fahimah, M., & Anwar, H. (2022). Dimensi Content marketing Terhadap Customer engagement. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32682/jpekbm.v6i2.2599>
- Firmansyah, A. M., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Firmansyah, & Fatihudin. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Travel Pelangi Kembar Di Tangerang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2).
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish.
- Hasan, G., & Chang, J. (2024). Pengaruh Social Media, Content Marketing, Digital Marketing, Brand Awareness, Customers Satisfaction Terhadap Purchase Intention Di Dalam Bisnis Minuman Kekinian Yang Di Mediasi Oleh Trust Di Kota Batam. *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24929/feb.v14i1.3294>

- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, V. R., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Customer Experience, E-Service Quality Dan Customer engagement Terhadap Customer satisfaction Pada Konsumen Mobile Application E-Commerce Shopee. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i4.1073>
- Hongdiyanto, C., & Homan, H. (2020). Pengaruh Event Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Revisit Intention Pengunjung Di Ciputra World Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(2). <https://doi.org/10.32524/jkb.v18i2.65>
- Ismail, J. K., Nugroho, H., Indriana, I. H., Hendrayady, A., Sarjana, S., Purnamasari, M. S., Syamsiyah, N., Yahya, Supriatna, A., Sudirman, A., Riati, Lestari, D. S., Yuzalmi, N., & Kraugusteeliana. (2022). *Pengantar Manajemen*. Media Sains Indonesia.
- Ismunandar, & Hamidah, N. K. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Costumer Engagement (Studi Kasus Pada Konsumen Marketplace Shoope Di Kota Bima). *Jurnal Penkomi: Kajian Pendidikan & Ekonomi*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.33627/pk.v7i1.1735>
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL* (R. Trisnadewi (ed.); Cetakan Ke). PT. Refika Aditama.
- Kaehler, B., & Grundei, J. (2019). HR Governance A Theoretical Introduction. *Researchgate*, 2019(July 2018).
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. Melwater.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- Komalasari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. *Umsida Press*, 1-83.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing* (B. Sabran (ed.); 13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (14 (ed.)). Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kucuk, S. U., & Krishnamurty, S. (2018). An Analysis of Consumer Power On The Internet. *Technovation*, 27, 47 – 56
- Limandono, J. A. D. D. (2018). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai

Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1).

- Litmanen, H. C., & Sari, W. P. (2021). Analisis Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram @bloomcoffeejkt). *Prologia*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10113>
- Mahendra, F. Z., & Nugroho, D. A. (2021). Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan Appreal Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Akun Instagram @authenticid). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7209>
- Majeed, M., Asare, C., Fatawu, A., & Abubakari, A. (2022). An analysis of the effects of customer satisfaction and engagement on social media on repurchase intention in the hospitality industry. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2028331>
- McPheat, Sean. (2021). Content Marketing. United Kingdom: The Internet Marketing Academy
- Muhfizar. (2021). *Pengantar manajemen (teori dan konsep)*. Media Sains Indonesia.
- Musfar, T. F. (2020). *Bauran Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nabil, H. A., & Cahyati, W. (2021). Customer Engagement Akun Instagram Dalam Meningkatkan Impulsive Buying. *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi Dan Teknik (SoBAT) Ke-3*. <https://repository.usbykpk.ac.id/1566/>
- Naibaho, T. L. (2022). *Pengaruh Content marketing Dan Social media Marketing Terhadap Costumer Engagement* [Universitas Medan Area]. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/17983>
- Nhan PHAN, T., Vi, T. H., & Phuong LE-HOANG, V. (2020). The Impact of Content Marketing on Customer Engagement on Instagram-A Case Study of Fashion Brands. *International Journal of Management (IJM)*, 11(7).
- Nurdiana, F., & Oktafiani, F. (2021). Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Starbucks Buah Batu Bandung. *EProceedings of Management*, 8(3).
- Nurhaliza, S., & Kusuma, Y. B. (2024). The Influence of Event marketing And Promotion on Customer satisfaction With The Implora Brand At The Event Social Chic Surabaya 2023. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1).
- Nusantara, M. D., & Pardede, R. (2023). Influence Social Media Marketing, Content Marketing And Event Marketing Towards Purchase Intention Mediated By Customer Engagement. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 4(11). <https://doi.org/10.59141/jiss.v4i11.925>
- Pertiw, P. D. (2019). Pengaruh Content Marketing, Social Media Marketing, Dan Event Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Variabel Mediasi

- Customer Engagement (Studi Pada Pengunjung On Off Festival 2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Brawijaya*, 6(1).
- Pratama, M. P., Ramli, A. H., & Mariam, S. (2024). Customer Engagement, Customer Satisfaction, Customer Commitment And Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2309>
- Priharto, S. (2020). Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis. *Retrieved Desember*.
- Pudjiastuti, W. (2023). *Special Event*. Elex Media Komputindo.
- Putri, S. C. K., & Purnama, H. (2019). Karakteristik Event. *eProceedings of Management*, 6(3).
- Ratnawati, P., & Hanifa, F. H. (2019). Pengaruh Event Marketing terhadap Minat Beli (Studi Masyarakat di Kota Bandung Tahun 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Rita, R., & Nabilla, S. F. (2022). Pengaruh Social Media Advertising dan Event Marketing terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Purchase Intention Produk Tenue de Attire. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.606>
- Rokhman, O., Ningsih, A. N., Augia, T., Dahlan, H., Rosyada, Amrina, Putri, Dini Arista, Fajar, N. A., Yuniarti, E., Vinnata, N. N., Pujiwidodo, D., Ju, J., Wei, S. J., Savira, F., Suharsono, Y., Aragão, R., Linsi, L., Editor, B., Reeger, U., Sievers, W., Michalopoulou, C., Mimis, A., ... Devita, M. (2020). Pengaruh Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt.Tri Sapta Jaya Cabang Padang. *Jurnal Berkala Epidemiologi*, 5(1).
- Ryan, D. (2019). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page Limited.
- Sangen, M., & Abdurrahim. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (JSMK)*, 3(1).
- 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).
- Santosa, S., & Mushthofa, A. (2022). Manajemen Pengendalian Mutu Di Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Cendekia Kota Madiun. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 6(1), 178–193. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v6i1.26036>
- Satria, D., & Erlando, A. (2018). *Ekonomi festival*. Universitas Brawijaya Press.
- Setiawan, R., Wibisono, D., & Purwanegara, M. S. (2022). Defining Event Marketing as Engagement-Driven Marketing Communication. *Gadjah Mada*

*International Journal of Business*, 24(2).  
<https://doi.org/10.22146/gamaijb.63788>

- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Syahza, A., putu agung, anak agung, Yuesti, A., Alaslan, A., Creswell, J. W., Miles, M. B., Sugiyono, Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., ... Harmianto, S. (2018). Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1. In *Model-Model Pembelajaran Inovatif* (Vol. 1, Issue 1).
- Tanjung, R., Supriani, Y., Mayasari, A., & Arifudin, O. (2022). Manajemen Mutu Dalam Penyelenggaraan Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 6(1).  
<https://doi.org/10.32529/glasser.v6i1.1481>
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Trott, P. (2008). *Inovation Management and New Product Development*. Pearson Education.
- Tuti, M., & Sulistia, V. (2022). The Customer Engagement Effect on Customer Satisfaction and Brand Trust and Its Impact on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(1). <https://doi.org/10.18196/mb.v13i1.12518>
- Widowati, R., & Tsabita, F. (2017). The Influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty through Customer Act as Intervening Variable (Study at the House of Raminten Restaurant in Yogyakarta Indonesia). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2).
- Yansyah, D., Harahap, N., Hidayati Murtafiah, N., Islam An Nur Lampung, U., Pesantren, J., Jati Agung, K., & Lampung Selatan, K. (2023). Implementasi Manajemen Pendidikan Islam pada Lembaga Pendidikan di Era Globalisasi. *Journal on Education*, 05(04), 17097–17103.
- ZAID, S., & PATWAYATI, P. (2021). Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4).  
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0983>