

DAFTAR PUSTAKA

- Ajabar, S. I. P., M. M. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Deepublish.
- Armereo, C., Marzuki, A., & Seto, A. A. (2020). *Manajemen Keuangan: Buku Ajar*. Nusa Litera Inspirasi.
- Addini Zahra Syahputri, F. D. F. R. S. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*.
<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah>/<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Azwar, S., Seow, H. F., Abdullah, M., Faisal Jabar, M., & Mohtarrudin, N. (2021). Recent updates on mechanisms of resistance to 5-fluorouracil and reversal strategies in colon cancer treatment. *Biology*, 10(9), 854.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). *Judul artikel. Nama Jurnal, Volume(Nomor), halaman-halaman. DOI/ISSN*
- Azzariaputrie, A. N., & Avicenna, F. (2023). Pengaruh Content Marketing TikTok terhadap Customer Engagement (Studi Kuantitatif pada Akun TikTok SilverQueen Selama Masa Campaign Banyak Makna Cinta). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2), 70–75.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2007). *Retail Management: A Strategic Approach* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*.
- Brodie, R.J., Hollebeek, L.D., Juric, B., & Ilic, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research.
- Chen, J., Zhang, C., & Xu, Y. (2021). Understanding the effectiveness of TikTok in marketing communication: A consumer perspective. *Journal of Interactive Marketing*, 56, 72–85.
- Daft, R. L. (2021). *Management* (14th ed.). Cengage Learning.
- 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.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Elliyana, E., Agustina, L. T. S., Sedyoningsih, Y., Kadir, H., Ardyan, E. E., Imanuddin, B., Marlinah, L., Mohdari, H., Gazali, H., Dwita, F., Rachman, S., & Bachtiar, N. K. (2022). *Dasar-dasar pemasaran*. Ahlimedia Press.
- 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: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 15(2).
- Fahimah, M., & Ningsih, L. A. (2022). *Judul artikel. Nama Jurnal, Volume(Nomor), halaman-halaman. DOI/ISSN*
- Ferdinand, A. (2002). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fernos, K., & Ayadi, N. (2023). Marketing strategies and customer satisfaction: An integrative approach. *Journal of Marketing Research*, 60(4), 595–610.
- Halim, F., Sibarani, H. J., Moktar, B., Sugiat, M., & Sudirman, A. (2021). Reflections on the interest in buying smartphone products among millennials: consumer satisfaction as the mediating effect. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(1), 49-68.
- Hasan, A. (2019). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Jakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Hendrayani, E. dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Dasar & Konsep*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
<https://disbudpar.bandung.go.id/>
<https://katadata.co.id/>
- Ismail, I. (2024). Pengertian Iklan Tradisional dan 5 Kelebihannya.
- Kabadayi, E. T., Aksoy, N. C., & Turkay, P. B. (2023). How does customer engagement value occur in restaurants? A stimulus-organism-response (SOR) perspective. *The Service Industries Journal*, 43(7-8), 497-524.

- Karina, A., & Sari, D. (2022). Pengaruh kualitas produk, orientasi pasar dan penjualan adaptif terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada mitra usaha PT. Natural Nusantara di Kecamatan Prigen Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(3), 441–453.
- Kapoor, K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Parinduri, L., Hasdiana, S., Purba, P. B., Sudarso, A., Marzuki, I., Armus, R., Rozaini, N., Purba, B., Purba, S., Ahdiyat, M., & Refelino, J. (2020). *Manajemen Operasional: Teori dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Consumer behavior and marketing strategy*. McGraw-Hill.
- Pratama, R. Y. (2020). Fungsi-fungsi manajemen “POAC.”. *Universitas Jenderal Achmad Yani*.
- Rizkiyeh, R., & Sudarsono, B. (2022). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Solvabilitas Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(2).
- Rosita, R., & Darlin, E. (2024). Pengaruh Kualitas Konten Tik Tok Terhadap Customer Engagement Pada Customer Queensha. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1061-1071.
- Solomon, M. R. (2009). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (8th ed.). Pearson/Prentice Hall.
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>.

- Safitri, N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. IAIN Palangka Raya.
- Santos, Z. R., Cheung, C. M. K., Coelho, P. S., & Rita, P. (2022). Consumer engagement in social media brand communities: A literature review. *International Journal of Information Management*, 63, 102457.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- SUGIYONO.METODE PENELITIAN : Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Prof. Dr. SUGIYONO .2022
- Sunarsi, D. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Suryani, N. K., & FoEh, J. E. H. J. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Tinjauan Praktis Aplikatif*. Nilacakra.
- Suryawati, B. N., Permadi, L. A., & Wardani, L. (2021). *Buku Ajar Manajemen Operasional*. Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Trivedi, R. H., & Yadav, R. (2020). *Purchase intention in digital and physical marketplaces: Insights from consumer behavior studies*. New Delhi: Sage Publications India Pvt Ltd.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social media marketing* (3rd ed.). Pearson.
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: Exploring customer relationships beyond purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 122–146.
- Wayan, W., Dewi, W. W. A., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Amalia, D. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori perilaku konsumen*. UB Press.

Widiana, M. E. (2020). *Pengantar Manajemen: Buku Ajar*. Pena Persada.

Wiradharma, G., Aghivirwati, G. A., Noor, L. S., Tirtayani, I. G. A., Sudirman, R.,
Risdiyanto, A., Margery, E., Nurchayati, N., Carolin, A., & Subarkah, C.
(2024). *Manajemen Pemasaran Jasa*. CV Rey Media Grafika.

Zeithaml, V. A. (1988). *Defining and relating price, perceived quality, and
perceived value*. *Marketing Science*, 14(2), 177–188.