

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Gasawneh, J. A., & Al-Adamat, A. M. (2020). The mediating role of e-word of mouth on the relationship between content marketing and green purchase intention. *Management Science Letters*, 10(8), 1701–1708. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.1.010>
- Ari Nugroho, D., & Zaki Mahendra, F. (2020). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA FAN APPAREL DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABLE MEDIASI (Studi pada Akun Instagram @authenticsid)*.
- Arin Kharisma Dewi. (2021). *Customer Experience Dan Customer Engagement Terhadap Customer Satisfaction (Studi Pada Pengguna E-Commerce Lazada)*.
- Berliana, A. (2023). *PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA LIVE STREAMING MARKETING E-COMMERCE TIKTOKSHOP STUDI PADA MAHASISWA STIE MALANGKUÇEÇWARA*.
- Chan, A., & Astari, D. (2017). The Analysis of Content Marketing in Online Fashion Shops in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(2), 225. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Chandra Litmanen, H., & Purnama Sari, W. (2021). *Analisis Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram @bloomcoffeejkt)* (Vol. 5, Issue 1).
- Dharmayanti, D. (2020). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER VALUE DAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA REPEAT BUYING APLIKASI TIKET.COM DI SURABAYA*.
- Donna Elianti, L., & Indah Sri Pinasti, V. (2018). *MAKNA PENGGUNAAN MAKE UP SEBAGAI IDENTITAS DIRI (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta)*.
- Febrian et al., A. (2020). *Digital Content Marketing Strategy in Increasing Customer Engagement in Covid-19 Situation*.

- Irene, L. (2019). Analisa Pengaruh Content Marketing terhadap Costumer Retention dengan Brand Atitude dan Costumer Engagement sebagai Variabel Perantara Pengguna Rokok Wimsilak di Surabaya. *Jurnal Garuda Rujukan Digital*, 53(9), 1689–1699. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1240058>
- Irma Yulianti, D. (2016). *PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KETERLIBATAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN TERHADAP MINAT BELI PADA ONLINE SHOPPING (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan)*.
- Li, C. H., Chan, O. L. K., Chow, Y. T., Zhang, X., Tong, P. S., Li, S. P., Ng, H. Y., & Keung, K. L. (2022). Evaluating the Effectiveness of Digital Content Marketing Under Mixed Reality Training Platform on the Online Purchase Intention. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.881019>
- Limandono, J. A., Dharmayanti, D., & Si, M. (2017). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN EVENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DENGAN SOSIAL MEDIA MARKETING SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI PAKUWON CITY*.
- Moriansyah, L., Karet Hijau No, J., & Beji Timur Kec Beji, K. (2015). *PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING: ANTECEDENTS AND CONSEQUENC-ES*.
- Oktavianus Hermanto, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Suzuki Finance Indonesia (Studi Kasus pada cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara) Tujuan*.
- Prasetya, M., & Susilo, D. (2022). *The effect of content marketing on purchase intention through customer engagement as variable mediation*. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Priya Darsini, S. (2016). *HUBUNGAN RELIGIUSITAS DENGAN MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN “WARDAH COSMETICS.”*
- Purwanto, Y. ., & Sahetapy, W. . (2022). *PENGARUH CONTENT*

MARKETING DAN INFLUENCER ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA BRAND SKINCARE SOMETHINC.

- Puspitasari, P., Tresnati, R., Oktini, D. R., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2017). *Prosiding Manajemen Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Konsumen Thirteenth Shoes Bandung) The Influence of Content Marketing on Customer Interest (Survey on Thirteenth Shoes Customer Bandung).*
- Rahma, R. (2022). *PENGARUH KEPUASAN KERJA TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) DI BALAI PENGEMBANGAN KOMPETENSI PUPR WILAYAH IV BANDUNG.* 28–56.
- Rojikun, A., & Ekonomi, F. (2022). *DAMPAK PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP KETERLIBATAN PELANGGAN DAN MINAT BELI PADA USAHA MIKRO MENENGAH DAN KECIL* (Vol. 2, Issue 1).
- Siagian, A. O., & Martiwi, R. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 3). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Tanzil, M. (2023). *PENGARUH KETERLIBATAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI Bumbu Masak KOKITA PADA PT IKAPHARMINDO PUTRAMAS MEDAN.*
- Ulfah, H. (2020). *PENGARUH SOSIAL NETWORK MARKETING TERHADAP CUSTOMER PURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER ENGAGEMENT PADA BRAND DIAN PELANGI DI BANDA ACEH* I*HAJRINA.
- Weerasinghe, D. R., Dilhani, K., & Weerasinghe, R. (2018). IMPACT OF CONTENT MARKETING TOWARDS THE CUSTOMER ONLINE ENGAGEMENT IMPACT OF CONTENT MARKETING TOWARDS THE CUSTOMER ONLINE ENGAGEMENT View project IMPACT OF CONTENT MARKETING TOWARDS THE CUSTOMER ONLINE ENGAGEMENT. In *International Journal of Research in Business, Economics and Management* (Vol. 2). www.ijrbem.com
- Widyastuti, M., & Changda, S. (2019). Analisis Marketing Capability, Customer

- Engagement, Customer Perception dan Purchase Intention Produk Bihun Jagung ❖Padamu❖Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 17(2), 62. <https://doi.org/10.32524/jkb.v17i2.562>
- YAZGAN PEKTAS, S., & HASSAN, A. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention. *Journal of Tourismology*, 79–88. <https://doi.org/10.26650/jot.2020.6.1.0011>
- Clinton, Bill. (2023, Februari 13). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal 2023. *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all#page2>.
- Dyah Pangesti, Riwi. (2022, Oktober 04). *Tutorial PLS SEM Menggunakan SmartPLS Leangkap Dengan Interpretasi Output*. <https://www.youtube.com/watch?v=WG5HdBuvBEs&feature=youtu.be>.
- Munawarah, Chece. (TT). *CARA MENENTUKAN UKURAN SAMPEL / RESPONDEN DALAM PENELITIAN KUANTITATIF*. https://www.academia.edu/29793046/CARA_MENENTUKAN_UKURAN_SAMPEL_DALAM PENELITIAN_KUANTITATIF.
- Imam Sholikhin, Moch. (2022, Februari 01). *Usia 20-25 Tahun Adalah Masa Yang Berat, Kalau Kamu Bagaimana ?*. <https://gangkecil.com/usia-20-25-tahun-adalah-masa-yang-berat-kalau-kamu-bagaimana/>.
- Meilyana, Elizabeth. (2018, Agustus 13). *Content Marketing*. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/content-marketing/>.
- Nizar Rangkuti, Ahmad. (2019, Februari 12). *MENENTUKAN JUDUL SAMPEL DALAM PENELITIAN*. <https://www.uinsyahada.ac.id/bagaimana-menentukan-jumlah-sampel-dalam-penelitian/3/>.
- Nuriyah, Sinta. Instagram. (2020, November 19). @all_beauty.id. https://www.instagram.com/all_beauty.id/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==)
- Nuriyah, Sinta. Tiktok. (2021, Maret 25). @allbeauty.id. https://www.tiktok.com/@allbeauty.id?_t=8eC2qKq1AwR&_r=1.

- Riadi, Muchlisin. (2021, Juni 02). *Customer Engagement (Pengertian, Aspek, Proses, dan Indikator)*. <https://www.kajianpustaka.com/2021/06/customer-engagement.html>.
- Riadi, Muchlisin. (2021, Februari 25). *Custome Engagement (Pengertian, Aspek, Jenis, dan Indikator)*. <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/purchase-intention.html>.
- Taufik, Muhammad.. (TT). MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI DAN INFORMASI ORGANISASI YANG EFEKTIF. *DITJEN PERBENDAHARAAN KEMENKEU RI KPPN MEULABOH*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html>.
- Yuli Endra, Robby. Youtube.com. (2023, Maret 23). *Beda Rumus Slovin 5% dan 10% Skripsi Adalah ?*. <https://www.youtube.com/watch?v=5auwPQVv73I>.