

DAFTAR PUSTAKA

- Asi, K.J.M, & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak. E-Proceeding Of Management, Bandung: 1-11.
- Amir, S. (2017). Fenomena selebgram, saat "endorsement" jadi bisnis raksasa menggiurkan.
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of. Sanata Dharma University, 140.
- Bening, B., & Kurniawati, L,. (2019). The Influence Of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta. International Conference on Technology, Education and Sciences (pp. 138-148).
- Dhiraj 2019, 'Cross-sectional comparison of public-private partnerships in transport infrastructure development in Nigeria. Engineering', Construction and Architectural Management, vol. 24, no. 1, pp. 875-900.
- Feldkamp 2021, 'Penerapan machine learning dalam meningkatkan produktivitas di industri manufaktur: Tinjauan literatur', Journal of Applied Industrial Engineering, vol. 13, no. 2, pp. 267-275.
- Fitriani. 2019. "Analisis Modal Relasional Kapabilitas Inovasi Produk dan Daya Tarik Produk Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kreatif di Wilayah Tiga Cirebon". Jurnal Ilmiah Indonesia Vol.4 No.10 Oktober 2019.
- Ghozali, I. 2019. Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hariyanti & Wirapraja 2018, 'Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)', Eksekutif, vol. 15, no. 1, pp. 133-146, ISSN 1829-7501.
- Haerunnisa, Zohrah N, and Raidah Intizar Yusuf. 2019. "Beauty Influencer Di Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Makassar." *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi* 1(2):46–54.
- Isra, et. al. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, Jakarta: 32- 40.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Karr, D. 2016. *How to Map Your Content to Unpredictable Customer journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*, Edisi 15. England: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2019). 10 th. Edition. "Marketing an Introduction". Indonesia: Perason.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Meilyana, (2017). Rs1_2017_1_931_bab2. Analisa pengaruh content marketing terhadap customer retention dengan brand attitude dan customer engagement sebagai variabelperantara pada pengguna rokok wimsilak di surabaya. *Jurnal strategi pemasan*, 6 (2).
- Nouri 2018, 'Selebriti dan Fandom di Era Media Sosial: Fenomena Selebgram', *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, vol. 3, no. 1.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, Sugiyono and Lestari, Puji (2021) [Metode Penelitian Komunikasi \(Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional\)](#). Alfabeta Bandung, CV. ISBN 978-602-289-672-2

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan . Yogyakarta: Andy.