

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fahmi, Usep Suhud, & Rizka Zakiah. (2025). Analisis Pengaruh *Content Marketing*, *Brand Image*, *E-Wom*, dan *Customer Engagement* terhadap *Purchase Intention* Parfum Lokal di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 2(2), 173–189.
<https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP/article/view/1062>
- Alam, S. (2024). *Ekonomi : Jilid 3*.
- Ari Nugroho, D., & Suryadi, N. (2023). *Dasar-Dasar Digital marketing*.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*.
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). Pengaruh *Content Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 32–43.
<https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806>
- Azani PR, N., & Azizah, N. (2025). Pengaruh *Content Marketing* dan *Brand Image* dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap *Purchase Intention* di Instagram, Pada UMKM. *Jurnal Sinabis*, 1, 1156–1162.
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). *Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID)*. 5(1), 191–197.
- Darmawan. (2025). *Komunikasi Bisnis*.
- Dewi, A. K., Shinta Dewi, R., & Djoko Waluyo, H. (2021). Pengaruh *Customer Experience* Dan *Customer Engagement* Terhadap *Customer Satisfaction* (Studi pada Pengguna E-commerce Lazada). *Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Dikhi Januardani, F., Andayani, W., rinawati simanjuntak, E., Nurdiansyah, H., & nur widyani, O. (2023). *Digital marketing: Teori dan Implementasi Strategi Digital marketing*.
- Dwi Hardiana, C., & Tiara Kharisma, D. (2025). Pengaruh Pemasaran Konten (*Content Marketing*) dan (*Customer Engagement*) Terhadap Minat Beli Menantea Pada Instagram Official Menantea di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan*

- Bisnis STIE Bisnis Internasional Indonesia (BII) Bekasi*, 5(1), 86–106.
- E Huwae, V., & Tabelessy, W. (2025). *Perilaku Konsumen*.
- Elfrianto, & Lesmana, G. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Endrawati, T. (2023). *Manajemen dan Organisasi*.
- Fika Sari, H. (2022). *Analisis Customer Engagement Pada Loyalitas Pelanggan Madu Trigona Queeny [Skripsi, Dipublikasikan]*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Hamdan Nasution, U., & Devi Junaidi, L. (2024). *Metode Penelitian*.
- Haznil, Z., & SR, N. (2026). *Teori Organisasi: Desain, Struktur & Aplikasi*.
- Hery Kristanto, V. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*.
- Humas, K. (2025). *Komitmen Pemerintah Melindungi Anak di Ruang Digital*.
<https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital>
- Indah Kusuma Dewi, N., Nyoman absi, I., Prada Adiningrat, G., Ayu Putri Widiasuari Riyasa, I., Wayan Sukartini, N., & Wiguna Eka Saputra, U. (2023). *Sosial Media Marketing*.
- Ishak A. (2025). Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Bunga Sedap Malam Rombo Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Transparan E-ISSN*, 17(1), 167–186.
- Laras Nartanti, & Dorothea Wahyu Ariani. (2024). Peningkatan Pemasaran dengan Content Digital dan *Branding* sebagai Media Promosi di UMKM Maketees Konveksi. *Abdi Satya Dharma*, 2(2), 1–10.
<https://doi.org/10.55822/absd.v2i2.603>
- Mahendra, F. Z., & Nugroho, D. A. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Purchase Intention* Pada Fan Apparel Dengan *Customer Engagement* Sebagai Variable Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–23.
- Mahjudin. (2025). *Perilaku Konsumen*.
- Muchson, M. (2017). *Entrepreneurship (Kewirausahaan)*.
- Nabila Khansa, W., & Negoro Angga, D. (2023). Pengaruh *Digital marketing*, *Customer Engagement*, Dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention*

- Produk Fashion Lokal Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 20207–20218.
- Nur, M. (2023). *Organisasi dan Manajemen*.
- Okva Merwendi, R., Nilfatri, & Ronaldi, P. (2025). *Hukum Perbankan Indonesia; Teori, Praktik, & Tantangan Kontemporer*.
- Rahmadhan, M. D., & Widyastuti, D. A. (2023). *Analisis Jalur Menentukan Dampak Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada RePurchase Intention*. 05(04), 225–250.
- Ratnawati, L. S., & Sanaji. (2024). Pengaruh *Customer Engagement* terhadap *Online Purchase Intention* dengan *Customer Operant Resources* Sebagai Variabel Intervening pada Layanan Platinum Mahasiswa di Vidio . com. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Enterpreneurship*, 14(1), 45–64.
- Rauf, A., Manullang, S. O., P.S, T. E. A., Farah Diba, I. A., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital marketing : Konsep dan Strategi*.
- Rinnanik, Mustofa, A., & Rahayu, S. (2022). *Monograf Niat Beli Produk Hijau*.
- Saepul Hidayat, A., Rahman Sukmara, A., Rohman, A., & Abdul Rozak, D. (2025). *Konsep Dasar Marketing*.
- Saksono, S. A., Listyorini, S., & Ngatno. (2025). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Brand Ambassador* Terhadap *Purchase Intention* Pada Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tokopedia Di Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(2), 644–652.
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). Pengaruh *Product Knowledge* Dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Enterpreneurship Journal*, 1(3), 169–184.
- 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), 12.

- Saputra, A., Utari, D., Furqon, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., Darma, M., & Pendahuluan, I. (2023). *Analisis Strategi Content Marketing Dalam Menciptakan Customer Engagement (Studi Pada Umkm Manda Cake) Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi Content Marketing dalam menciptakan Customer Engagement pada*. 8(2), 122–130.
- Setiawan, Z., Nurdiansyah, Kushariyadi, & Diana Sari, M. (2024). *Strategi Pemasaran : Konsep dan Inovasi Pemasaran di eta digital*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kulitatif, dan R&D*.
- Sutrasna, Y. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen*.
- Tarbiyah, F., Kudus, I., & Az-zahra, N. S. (2021). Implementasi *Digital marketing* Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *NCOINS : National Conference Of Islamic Natural Science*, 20, 77–88.
- Tirtayasa, S., Khair, H., & Satria, Y. (2024). *Manajemen Pemasaran dalam Memoderasi Minat Beli Mobil Listrik*.
- Unicef, 2021. (2023). *Metodologi Penelitian Pariwisata*.
- Wartono, T., Darmun, Judijanto, L., Tadius, Sucianti, R., Bari, A., Sufianty Zafar, T., Wulansari, R., Mustofa, & Ari Puspitasari, K. (2025). *Pengantar Ilmu Manajemen*.
- Wijayanti, H., & Drajat Murdani, A. (2024). *Metode Pemasaran Digital*.
- Witara, K., Gede Dharman Gunawan, I., Maisaroh, S., Jannah, M., Junizar, J., Ifadah, E., Riyadi, S., Husnita, L., Hamdanah, H., & Mufida Asriningsih, T. (2023). *Metodologi Penelitian Bidang Pendidikan : Panduan Praktis*.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan *Content Marketing* sebagai Strategi Menumbuhkan *Brand Awareness* bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>