

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., ... & Judijanto, L. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Atmaja, K. (2022). *Paradigma Sosiologi Perspektif Kesatuan Ilmu*. Semarang: Penerbit Lawwana.
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research*. USA: Cengage Learning.
- Bahri, S. & Zamzam, F. (2021). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Yogyakarta: Deepublish
- Beaudry, J. & L. M. (2016). *Research Literacy*. New York: Guilford Publications.
- Castillo, I. (2023). *Business Statistics*. Canada: John Wiley & Sons Canada, Limited.
- Creswell, J. W. & J. D. C. (2018). *Research Design*. USA: SAGE Publications.
- Depoy, E. & Gitlin, L. N. (2015). *Introduction to Research - E-Book Understanding and Applying Multiple Strategies*. Mumbai: Elsevier Health Sciences
- Dhivyadeepa, E. (2015). *Sampling Techniques in Educational Research*. Morrisville: Lulu.com.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2019). *Marketing communications*. Pearson UK.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management, Global Edition*. United Kingdom: Pearson Higher Ed.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Higher Ed.
- Klenke, K. (2016). *Qualitative research in the study of leadership*. Emerald Group publishing limited.
- Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2016). *Theories of human communication: Eleventh Edition*. USA: Waveland press.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research An Applied Orientation*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- McPheat, S. (2011). *Developing an Internet Marketing Strategy*. Colorado: The Internet Marketing Academy & Ventus Publishing ApS.

- McQual, D. & M. D. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. New York: SAGE Publications.
- Neelankavil. (2015). *International Business Research*. Oxfordshire: Taylor & Francis Group.
- Neuman, W. L. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited
- Prior, D. D. (2023). *B2B Customer Engagement Strategy An Introduction to Managing Customer Experience*. Switzerland: Springer Nature Switzerland AG.
- Sekaran, U. & R. B. (2016). *Research Methods for Business*. Italy: Printer Trento Srl.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Malang: Literasi Media Publishing.
- Strauss, J. , & F. R. (2014). *E-Marketing*. London: Pearson Education.
- Supratiknya, A. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dalam Psikologi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Tiwary, A. (2023). *Content Marketing*. India: Book Bazooka Publication.
- Turner, G. (2019). *Content Marketing*. Florida: E.C. Publishing.

Jurnal

- Adi, W., & Prabawati, H. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 160-176.
- Anindhita, W., Putri, K. Y. S., Kusuma, D. L., & Muttaqin, K. (2024). Pemanfaatan Media Digital sebagai Pendidikan Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kreativitas Promosi Produk UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(2), 523-530.
- Ali, R. J., & Yoedtadi, M. G. (2024). Hubungan Konten Marketing Instagram Reels @Ocistok dengan Minat Beli Konsumen. *Kiwari*, 3(1), 69-79.
- Ashari, R. M. H. , & S. O. F. (2023). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 38-46.
- Calder, B. J., Malthouse, E. C., & Maslowska, E. (2016). Brand marketing, big data and social innovation as future research directions for engagement. *Journal of Marketing Management*, 32(5-6), 579-585.
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID). *Prologia*, 5(1), 191-197.
- Day Levrant, K., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement Di Khas Ombilin Hotel. *Jurnal Manajemen*

- Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 23–37. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i1.1719>
- Fitrih, A., & Suryawardani, B. (2020). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement (studi Kasus Pada Pt. Dealpro Indonesia Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Hetty, K., Tunjungsari, S. E., Si, M., & Ginting, G. (2020). Perkembangan Dunia Usaha di Era Digital. *Pustaka. Ut. Ac. Id*, 1-43.
- Johana, K., Lestari, F. D., & Fauziah, D. N. (2020). Penggunaan fitur Instagram Story sebagai media self disclosure dan perilaku keseharian mahasiswi Public Relations Universitas Mercu Buana. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 280-289.
- Meilika, S. R., Nugrahani, R. U., & Abdullah, N. N. (2023). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Instagram @indihome.telkombanten. *eProceedings of Management*, 10(4).
- Meitipiana, E., & Nugrahani, R. U. (2023). Pengaruh Content Marketing Instagram @nct127 Terhadap Customer Engagement. *eProceedings of Management*, 10(4)
- Moley, C., & Nellyaningsih, N. (2020). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (studi Kasus Pt Kimia Farma Pada Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(3).
- Nur, F. E., & Yulianti, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Konstruksi Kesan Positif tentang Protokol Unisba. *Jurnal Riset Public Relations*, 95-100.
- Pažėraitė, A., & Repovienė, R. (2018). Content marketing decisions for effective internal communication. *Organizacijø Vadyba: Sisteminių Tyrimai*, (79), 117-130.
- Priyatna, B. R., & Nugrahani, R. U. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok @Smbtelkom Terhadap Customer Engagement. *eProceedings of Management*, 10(6).
- Sekarwulan, A., & Purwanto, H. (2020). Peran Instagram @p2ptmkemenkesri sebagai media kampanye kesehatan. *Communications*, 2(1), 1-15.
- Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement pada TESTOEFL.ID. *Jurnal Ecoment Global*, 7(2). <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/2193>
- Vinerean, S. (2017). Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics. *Expert Journal of Marketing*, 5(2), 92–98. <https://www.zbw.eu/econis-archiv/handle/11159/1982>
- Yanis, N. S. M., Hidayat, R., & Lutfie, H. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (studi Kasus Pada Elzatta Bandung Tahun 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(3).

Web

Mixue. (2023). Mixue – Menu Mixue & Mixue Terdekat. Retrieved from mixue.co

Owo. (2024, June 26). Industri Makanan dan Minuman Miliki Peran Penting untuk Pertumbuhan Ekonomi. *Harian Ekonomi Neraca*. Retrieved from <https://www.neraca.co.id/article/201073/industri-makanan-dan-minuman-miliki-peran-penting-untuk-pertumbuhan-ekonomi>

Instagram

Indonesia, Mixue. [@mixueindonesia]. (2024, 10 June). *Minum Kiwi Kesukaan Mixue Snow King, Kamu Bisa Dapatkan Hadiah Tumbler*. Diakses pada tanggal 5 Juli 2024 melalui <https://www.instagram.com/p/C8CGDT3uf6l/>

