

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Nugroho, D., & Zaki Mahendra, F. (n.d.-a). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA FAN APPAREL DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABLE MEDIASI (Studi pada Akun Instagram @authenticsid)*.
- Ari Nugroho, D., & Zaki Mahendra, F. (n.d.-b). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA FAN APPAREL DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABLE MEDIASI (Studi pada Akun Instagram @authenticsid)*.
- Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer engagement in online brand communities: A social media perspective. *Journal of Product and Brand Management*, 24(1), 28–42. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2014-0635>
- Firdhy. (2020). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*. Tempo.Co.
- Kadiri, U., & Jauhari, T. (n.d.-a). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT PADA TESTOEFID Evi Husniati Sya'idah*.
- Kadiri, U., & Jauhari, T. (n.d.-b). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT PADA TESTOEFID Evi Husniati Sya'idah*.
- Maria Elena. (2022). *Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi dagang-el atau e-commerce sepanjang 2021 mencapai Rp401 triliun*. Bisnis.Com.
- Patrutiu Baltes, L. (2015). Content marketing-the fundamental tool of digital marketing. In *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V: Economic Sciences* • (Vol. 8, Issue 57).
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Rashad Yazdanifard, A. (2015). *The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices*. www.ijmae.com
- Repovienė, R. (2017). Content Marketing Elements for Search Advertising. *Socialiniai Tyrimai*, 40(1), 47–55. <https://doi.org/10.21277/st.v40i1.184>
- Rukmana. (2022). *Data Penjualan Tokopedia Periode Maret-Mei 2022*. Kompas.Co.Id.

Tokopedia. (2023). *Tentang Tokopedia: Ketahui Lebih Banyak Tentang Kami*. Tokopedia.Com.

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>