

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, I., & Rejeki, A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Konten Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Erigo.
- Anindyaputri, R., Rusmana, A., & Komariah, N. (2020). Hubungan customer engagement melalui Instagram @perpustakaanandikbud dengan minat kunjungan perpustakaan di kalangan follower aktif. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.25919>
- Hidayah, A. (2019). pengaruh social media marketing terhadap brand loyalty melalui customer engagement pada wardah cosmetics (Studi Pada Pengikut Akun instagram @wardahbeauty).
- Limandono, J. A., Dharmayanti, D., & Siwalankerto, J. (2017). pengaruh content marketing dan event marketing terhadap customer engagement dengan sosial media marketing sebagai variabel moderasi di pakuwon city.
- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, B. (2018). pengaruh event marketing terhadap keputusan pembelian pada pt. traveland convex indonesia tahun 2018.
- Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). pengaruh content marketing instagram terhadap minat beli di masa pandemik covid-19 (studi kasus pada sarawa.co).
- Pasaribu, R., & Silalahi, A. (2020). analysis of the impact of social media marketing activities in brand loyalty with brand awareness as

- intermediate variables (study on traveloka brand). *Visi Sosial Humaniora*, 1(1), 73–83. <https://doi.org/10.51622/vsh.v1i1.26>
- Ratnasari, N., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). the influence of social media marketing and online consumer behavior in the city of subang on the brand story of the instant messenger line application. *16(2)*.
- Sanjaya, L. (2020). analisis pengaruh content marketing pada customer value dan customer engagement serta dampaknya terhadap repeat purchase pada pegipegi di surabaya.
- Setiawati, C. I. (2020). Analisis Event Marketing dan keputusan pembelian produk fashion lokal di kalangan pengunjung KICKEST Bandung.
- Wibowo, S. A., & Dharmayanti, D. (2019). analisa pengaruh content marketing terhadap customer retention dengan brand experience dan customer engagement sebagai variabel intervening pada pengguna rokok gudang garam di surabaya.
- Wiza, & Suryawardani. (2020). pengaruh event marketing terhadap loyalitas konsumen pada pt.dealpro indonesia tahun 2020.
- Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. (2017). pengaruh social media marketing terhadap brand trust pada followers instagram dompet dhuafa cabang yogyakarta. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 1(2), 279. <https://doi.org/10.22373/al-idarah.v1i2.1663>