

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020, January 01). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV 2020 (Infografis)*. Retrieved from bps.go.id:  
<https://www.bps.go.id/website/images/Pertumbuhan-Ekonomi-Indonesia-Triwulan-IV-2020-ind.jpg>
- Cahyadi, A. (2005). Internet Marketing : Solusi Bagi Pengusaha Bermodal Kecil. *Fakultas Ekonomi*, 23-32.
- Halim, I. A. (2015, Oktober). Strategi Intergrated Social Media Network Game : Penggunaan Advergame dalam membentuk Customer Brand Engagement. *Journal Komunikasi Indonesia*, IV, 116-126.
- Indriati, L. (2016). Pembentukan brand engagement pada pelanggan telkomsel dan indosat melalui media sosial facebook, twitter dan instagram. *Pembentukan brand engagement* , 1-125.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018, desember 2). Analisis startegi pesan content marketing untuk mempertahankan brand engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10, 167-176.
- Ramadhan, A. (2020). Pengaruh Brand Image, Product Involvement, Dan Brand Engagement Terhadap Purchase Intention Teh Pucuk Di Kota Jakarta. *Jurnal Magister Manajemen*, 42-47.
- Riadi, M. (2018, November 5). *Kajian Pustaka*. Retrieved from Kajian Pustaka Pemasaran: <https://www.kajianpustaka.com/2018/11/pengertian-bauran-dan-strategi-komunikasi-pemasaran.html>
- Tanuwijaya, D. (2017). Analisa pengaruh content marketing terhadap customer retention dengan brand experience dan customer engagement sebagai variabel intervening pada konsumen rokok sampoerna di surabaya. *Jurnal manajemen*, 1-9.