

DAFTAR PUSTAKA

ARTIKEL

- Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2017). Islamic banks: Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust, and loyalty of Muslim and non-Muslim customers in Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*, 31(2), 79–97.
- Ardhya, R. P., Kholik, A., & Rizki, M. F. (2024). Strategi Content Marketing melalui Media Sosial Instagram@ Voffice dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 16814–16824.
- Arifianto, B. D., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Konten Pemasaran, Kualitas Informasi, Keandalan Dan Citra Merek Terhadap Customer Engagement. *Investasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 9–18.
- Ashari, R. M. H., & Sitorus, O. F. (2023). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 38–46.
- Auh, S., Menguc, B., Katsikeas, C. S., & Jung, Y. S. (2019). When does customer participation matter? An empirical investigation of the role of customer empowerment in the customer participation–performance link. *Journal of Marketing Research*, 56(6), 1012–1033.
- Billyarta, G. W., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan elektronik (*e-servqual*) terhadap kepuasan konsumen pada market place shopee di sleman diy. *Jurnal Optimal*, 18(1), 41–62.
- Blau, P. (1964), *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley & Sons.
- Burhario, A. (2024). *Pengaruh Information Quality, Information Quantity Dan Information Credibility Terhadap Information Usefulness, Information Adoption Serta Purchase Decision*. STIE Bank BPD Jateng.
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID). *Prologia*, 5(1), 191–197.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Fahira, A., Rahma, T. I. F., & Syahriza, R. (2022). Pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction nasabah bank sumut syariah. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 247–264.

- Fauziyah, H., Iskandar, I., & Wachjuni, W. (2023). The Effect of Customer Engagement on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Shopee. *Indonesian Journal Of Business And Economics*, 6 (1)
- Febriani, N. S., Nugraha, C. N., Sutrisno, N. A. S., & Aulina, L. (2024). Pengaruh Strategi Content Marketing Terhadap Brand Awareness di Sosial Media Tiktok@ rucas. official. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 310–318.
- Ghozali, I. dan H, Latan. (2015). *Partial Least Squares Konsep Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, Edisi 2. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S., Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *An introduction to structural equation modeling. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*, 1–29.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135.
- Hollebeek, L. D., Conduit, J., & Brodie, R. J. (2016). Strategic drivers, anticipated and unanticipated outcomes of customer engagement. *Journal of Marketing Management*, 32(5-6), 393-398.
- Homans, George C. (1961), *Social Behaviour: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt, Brace & World, Inc.
- Indarsih, P., Sudodo, Y., & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Jogiyanto, Hartono. (2018). *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Andi.
- Junianto, D. (2021). *Patron Client Pabrik Gula Versus Petani Tebu: Dampaknya Terhadap Relationship Marketing, Kualitas Layanan, Corporate Image, Kepuasan dan Loyalitas*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.
- Karr, D. (2016). How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys. 18.
- Kim, A. J. Y. & Ko, E. J., 2020. The impact of design characteristics on brand attitude and purchase intention-focus on luxury fashion brands. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34 (2), pp. 252-265

- Komalasari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). Buku Ajar *Digital Marketing*. Umsida Press, 1–83.
- Kumar, V., & Pansari, A. (2016). Competitive Advantage through Engagement. *Journal of Marketing Research*, 53.
- Lauwrence, A. T., Ramadanty, S., & Widyakusumastuti, M. A. (2024). Interaction through online customer engagement in social media marketing on increasing brand loyalty. *2024 18th International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication (IMCOM)*, 1–5.
- Layongan, C., Nangoi, G. N., dan Kalalo, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Software SAP terhadap Kepuasan Pengguna pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Kotamobagu. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 5(2), 309–322.
- Limandono, J. A., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 11.
- Ma, X., Ding, W., Wang, C., Wu, H., Tian, X., Lyu, M., & Wang, S. (2021). DNAzyme biosensors for the detection of pathogenic bacteria. *Sensors and Actuators B: Chemical*, 331, 129422.
- Maria, I., Wijaya, V., & Keni, K. (2021). Pengaruh information quality dan service quality terhadap perceived value dan konsekuensinya terhadap customer engagement behavior intention (Studi pada social commerce Instagram). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 321–334.
- Marliyah, M., Ridwan, M., & Sari, A. K. (2021). The Effect of E-Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty of Mobile Banking Users (Case Study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2717–2729.
- Merlo, O., Eisingerich, A. B., & Auh, S. (2014). Why Customer Participation Matters. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1–11.
- Mighfar, S. (2015). SOCIAL EXCHANGE THEORY : Telaah Konsep George C. Homans Tentang Teori Pertukaran Sosial. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 9(2), 259–282.
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sanchez, R., & Liebana-Cabanillas, F. (2020). Social Commerce Website Design, Perceived Value and Loyalty

- Behavior Intentions: The Moderating Roles of Gender, Age and Frequency of Use. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 1-13.
- Muharyanto, C. O. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Situs Tiktok Shop Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Masyarakat Kota Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Muhyiddin, N. T., Tarmizi, M. I., & Yulianita, A. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nadhiroh, A. N. (2021). *Analisis Kebijakan Online Single Submission Terhadap Investasi Dalam Aspek Lingkungan Hidup*.
- Nopitasari, N. A., & Suyatno, D. F. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 4(3), 9–20.
- Oktapiani, A. A., & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3423–3433.
- Oktavia, D., Puji, R., & Mulyono. (2022). Peranan Consumer Engagement Sebagai Variabel Mediasi Atas Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Era Digital Marketing (Studi Pada Konsumen Brand Fashion Realizm87). *Bulletin of Management and Business*, 3(1), 294–304.
- Pasaribu, A. F. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 81-93.
- Pertiwi, A. D . (2022). *PENGARUH KONTEN PEMASARAN, KUALITAS INFORMASI DAN CITRA MEREK TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT BUNDER STORE DI SURAKARTA*.
- Pramuditha, R., Hidayah, S., & Indriastuti, H. (2021). Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction yang Berdampak pada E-Loyalty Mataharimall.com (Studi pada pelanggan Mataharimall.com). *Journal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1-12.
- Pratiwi, A. R., & Muzakki, M. (2021). Perceived organizational support terhadap komitmen organisasi dan kinerja karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 111–120.

- Priambodo, D. A., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Website Quality dan E-Service Quality terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Trust (Studi pada Konsumen produk fashion Lazada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 335–344.
- Prihanto, Y. (2023). Customer Engagement Dan Customer Loyalty Dengan Value Co-Creation Sebagai Variabel Mediasi. *Unissula*, 78.
- Putra, D. F., & Aulia, P. (2023). *Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Vidiodotcom)*, 4(2), 279 – 284
- Putra, I. K. A. (2023). *Analisis Pengaruh Content Marketing, Customer Engagement Dan E-Wom Media Sosial Terhadap Purchase Intention Pada Umkm Ringcoustic Gitar Bali*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Rahman, A. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Mahar Agung Organizer Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Melalui Instagram*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Rahman, T. (2019). *Pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening: Studi pada konsumen Caffè Go-Kopi di Kota Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu nike running di semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 59–70.
- Ridho, P. M. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Bandar Lampung)*.
- Safrina, M. (2024). *Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023). *Digital Marketing: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sawlani, D. K., & Se, M. (2021). *Keputusan pembelian online: kualitas website, keamanan dan kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Sojanah, J., Tjutju Yuniarsih, S. E., & Kodri, M. P. (2020). *Kinerja Sumber Daya Manusia: Sebuah Evaluasi di Masa Pandemi Covid-19 Menuju Era New Normal*. Penerbit Adab.

- Sualang, F. Y., & Easter, E. E. (2020). *Faktor-Faktor Pembentukan Karakter Berdasarkan Amsal 13: 22 Tentang Warisan Harta Dan Ajaran Moral*.
- Susriyanti, Limakrisna, N., & Lusiana. (2023). Membangun Loyalitas Berdasarkan Kualitas Jasa Model Brady Cronin, ESQ ECRM, dan Komitmen Nasabah Perbankan (M. Wardana (ed.)). INFES MEDIA.
- Sutanto, F., & Keni, K. (2021). Pengaruh service quality, service convenience, dan perceived price and fairness terhadap loyalitas nasabah bank dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 129.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43–56.
- Tamarine, D. R. (2022). *Peran Digital Marketing, Service Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Pelanggan Grab Kota Semarang*. UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG.
- Tanjaya, S. C., Maneke, L., & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 4935–4944.
- Umatin, C., Vanessa, C., Sulkha, A., Nurkholifah, N., Pambudi, A., Al Muiz, M. N., & Ridwanulloh, M. U. (2024). Urgensi Mutu Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *WADIAH*, 8(2), 324–345.
- Utomo, L. T., Ardianto, Y. T., & Sisharini, N. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 3(2).
- Wiska, M., Resty, F., & Fitriani, H. F. H. (2022). Analisis Content Marketing Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tik-Tok (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Dharmasraya). *Manajemen Dewantara*, 6(2), 153–162.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515.
- Zalyus, M. F., (2020). Memepertimbangkan Perspektif Service-Dominant Logic Sebagai Strategi Pemasaran Di Agro Tawon Wisata Petik Madu, Lawang. *Profit*, 14(02), 21–31.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw-Hill.

BUKU

Kotler, P & Keller. (2017). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice

Kotler, P. (2017). *Marketing for competitiveness*. Bentang Pustaka.

Rosini, I., & Adab, P. (2023). *Metode Penelitian Akuntansi Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit Adab.

Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d. *Bandung: Alfabeta*, 288.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

WEBSITE

DetikInet. (2025, 3 Maret). Wajah Baru TikTok Shop, Ini Sederet Keistimewaannya. Diakses pada 15 Oktober 2025, dari <https://inet.detik.com/business/d-7804298/wajah-baru-tiktok-shop-ini-sederet-keistimewaannya>.

Katadata.co.id. (2024, 24 September). Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia. Diakses 20 Oktober 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>

Katadata.co.id. (2024, 19 Maret). TikTok Shop Gabung Tokopedia, Ini Jumlahnya. Diakses 20 Februari 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/a6be2d006205170/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya>

Populix.co. (2022, September). The Social Commerce Landscape in Indonesia. Diakses pada 15 Oktober 2025, dari <https://info.populix.co/articles/report/the-social-commerce-in-indonesia/>

Sirclo.com (2022, 12 Oktober). Kanal E-Commerce Makin Banyak, 'Integrasi Marketplace' Jadi Fitur SIRCLO Store yang Paling Diminati Pelaku UMKM.

Diakses pada Oktober 2025, dari <https://www.sirclo.com/press/kanal-e-commerce-makin-banyak-integrasi-marketplace-jadi-fitur-sirclo-store-yang-paling-diminati-pelaku-umkm>