

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran (Strategi Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*, Yogyakarta: YKPN.
- Atmoko, D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta: Media Kita.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hasri, D. (2021). *Digital Marketing Black Box* (Rosa de Lima (ed.)), Yogyakarta: PT Kanisius.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kelly, et al. (2010). *Avoidance of advertising in social networking sites: the teenage perspective*. *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), 16-27.
<https://doi.org/10.1080/15252019.2010.10722167>
- Kotler, P., & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.), Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, M. (2019). *Komunikasi Pemasaran Modern* (Sambilegi Editorial Agency (ed.)), Yogyakarta: Penerbit Cakra Ilmu.
- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*, Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
<https://pustaka.pu.go.id/biblio/media-sosial-perspektif-komunikasi-budaya-dan-sositeknologi/E2K85>
- Nistrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta: Kobis. <https://doi.org/15.01.2149>
- Prastowo, A. (2010). *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: DIVA Press.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*, Jakarta: CV Prisani Cendekia.
- Rohadian, S. & Amir, M. T. (2019). *Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagtram*. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 2(4), 179-187.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1925>
- Ryan, D. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. *Journal of Direct Data and Digital Marketing Practice*, 10(4), 384-387. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/dddmp.2009.7>
- Sashi, C. M. (2012). *Customer Engagement, Buyer-Seller Relationships, and Social Media*. *Management Decision*, 50(2), 253-272.
<https://doi.org/10.1108/00251741211203551>
- Strauss, J., & Frost, R. (2011). *E-Marketing (6th ed.)*, New Jersey Pearson: Prentice Hall 6th Edition.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.