

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Akbar, M., Evadiani, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia (IGI).
- Enterprise, J. (2021). *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Frost, R., Fox, A. K., & Strauss, J. (2019). *E-Marketing*. Oxon: Routledge.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- McDonald, J. (2022). *Social Media Marketing Workbook 2022*. JM Internet Group.
- Murdiyanto, E., Sugih, I., Dhakirah, S., Hidayat, R., Kurniawan, B. W., Muttaqien, Z., . . . Ariyanti, M. (2022). *Teori Marketing (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*. Bandung: CV Widina Media Utama.
- Pakpahan, Prasetio, Negata, Gurning, Situmorang, Tasnim, . . . Rantung. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Rachmawati, I., Ariyanti, M., & Millanyani, H. (2021). *Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. Bandung: Tel-U Press.
- Rauf, Manullang, Ardriansyah, Diba, Akbar, Awaluddin, . . . Seleman. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metodologi Penelitian - Menentukan Metode dengan Pendekatan Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Wijoyo, H. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi*. Solok: CV Insan Cendekia Mandiri.

### **Referensi Jurnal**

- Herianto, B. M., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Authentic Guards Technology di Bandung Tahun 2020). 2830.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing dalam Menciptakan Customer Engagement di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung.
- Haidar, N. F., & Martadi. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv dalam Membentuk Customer Engagement. *Jurnal Barik*, 121-134.
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia (Studi Kasus: UMKM Kuliner tanpa Restaurant 'Kepiting Nyinyir'). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- Meilano, Y., & Hidayat, R. (2020). Analisis Pengaruh Customer Engagement Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skind Aesthetic. 886.
- Nabil, H. A., & Cahyati, W. (2021). Customer Engagement Akun Instagram dalam Meningkatkan Implusive Buying.
- Oktaviani, V. B., & Wahyuni, I. I. (2022). Strategi Pembentukan Customer Engagement Akun @kamargadget melalui Campaign Team Han Ji Pyeong. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 167-176.

- Rohadian, S., & Amir, M. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement melalui Media Sosial Instagram. *Journal Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 179-187.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Biokultur*, 152-171.
- Wicaksono, D. K., & Wahyuni, I. S. (2021). Strategi Pembentukan Customer Engagement melalui Media Sosial Instagram Akun @dewimangrovesari melalui tagar #mangroversari. 7385.
- Widyawati, A., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Youtube Terhadap Tingkat Brand Awareness Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100 FM Bandung). 1226.
- Yanis, N. S., Hidayat, R., & Harrie, L. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram terhadap Customer Engagement (Studi Kasus pada Elzatta Bandung tahun 2019). 1851.

### **Referensi Website**

- S. Kemp, "DataReportal – Global Digital Insights," 26 Januari 2022. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>, diakses tanggal 10 Febuari 2022.
- Yoshio, A. (2022, April 27). *Masyarakat Pakai Internet untuk Media Sosial dan Pesan Singkat*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/27/masyarakat-pakai-internet-untuk-media-sosial-dan-pesan-singkat>, diakses tanggal 10 Mei 2022.
- Annur, C. M. (2022, Febuari 15). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>, diakses tanggal 10 Mei 2022.