

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Arifianto, S., & Juditha, C. (2017). *Komunikasi di Era Teknologi Digital: Kajian Ekonomi Digital, Media dan Budaya*. Komunikasi HIMPENINDO Cabang Kominfo.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Pustaka Pelajar.
- Barton, T. (2018). *InstaStyle (Curate Your Life, Create Stunning Photos, Elevate Your Instagram Influence)* (1st ed.). Dorling Kindersley Limited.
- Boyd, Walker, & Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Edisi 2 Jilid 1*. Erlangga.
- Dunbar, A. (2018). What Customers Crave: How to Create Relevant and Memorable Experiences at Every Touchpoint. *Technical Communication*, 65(1), 109.
- Durianto, D., Sugiarto, & Tony, S. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Hesty, F. (2018). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Hubungan Merek Terhadap Ekuitas Merek OPPO Smartphone*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Hidayat, R, & Meilano, Y. (2020). Analisis Pengaruh Customer Engagement Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skind Aesthetic. *EProceedings ...*, 6(2), 886–893.
- Hidayat, Rahmat, & Aisyah, I. (2021). Tinjauan Aktivitas Sosial Media Marketing Instagram Pada Mpone Stationery Di Lampung Tahun 2021 Review Of Instagram Social Media Marketing Activities At Mpone Stationery In Lampung. *E-Proceeding of Applied Science*, 7(5), 1096–1102.
- Hidayat, Rahmat, Yanis, N. S. M., & Lutfie, H. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer ( Studi Kasus Pada Elzatta Bandung. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(3), 1851–1853.
- Husnawati. (2017). *Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda*. Universitas Islam Negri Alauddin Makassar.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh* (7th ed.). Penerbit Salemba Empat.
- McLaughlin, M. L., Fulk, J., Chung, J. E., Park, N., & Wang, H. (2017). Understanding Online Community Participation. *Communication Research*, 39(6), 781–801.
- Mussry, J. (2004). *Menangkap Dinamika Sukses Bisnis Fashion*. Www.Swa.Co.Id.
- Pansari, A., & Kumar, V. (2017). *Customer Engagement Marketing. In Customer Engagement Marketing*. SpringerNature.
- Perkins, L. (2015). *Community Driven Marketing. Leveraging Community to Drive*

*Marketing and Business ROI*. Perks Consulting Inc.

- Prastowo, A. (2017). *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Ar-Ruzz media.
- Putri, V. D. A., & Suasana, I. A. K. G. (2018). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(1), 470-496.
- Rahmadani, S. (2017). *Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Go-Jek*. Medan: Universitas Islam Negri Sumatera Utara.
- Serafinelli, E. (2018). *Digital Life on Instagram*. Emerald Publishing Limited.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Stainback, S. william. (1998). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Kendall/Hunt Publishing Company.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Supranto, J. (2017). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Penerbit PT Rineka Cipta.
- Walden, S. (2017). *Customer Experience Management Rebooted*. Palgrave Macmillan.
- Wicaksono, D. K., & Wahyuni, I. I. (2021). Strategi Pembentukan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram Akun @Dewimangrovesari Melalui Tagar #Mangrovesari. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 7385.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metode Penelitian. Penentuan Metode dengan Pendekatan Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. PT Refika Aditama.
- Zyminkowska, K. (2019). *Customer Engagement in Theory and Practice: A Marketing Management Perspective*. Palgrave McMillan.