

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Brodie, Roderick J., et al. (2011). *Consumer Engagement in A Virtual Brand Community: An Exploratory Analysis*. Elsevier, Inc: New Zealand

Cook, Sarah. 2011. *Customer Care Excellent: How ayo Create Effective Customer Focus*. London: Kogan Page.

Lexy J. Moleong. 2005. *Metodologi penelitian kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya

M. Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta: Kobis, 2015) hal. 137

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.

JURNAL

Frans, Yudith A. 2015. *Pemanfaatan Social Media Engagement Dalam Meningkatkan E-Service Quality (Studi Pada UPBJJ-UT Kupang)*. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka.

Kusuma, Wulan Rindra.2014. *Analisis Customer Engagement Brand Wafer Tango*

(Studi Kasus Pada Akun Twitter @WaferTango). Makalah Non Seminar, Universitas Indonesia.

Nugraheni, Catherina Intan. 2012. Pengaruh Customer Engagement Melalui Media Sosial Terhadap Kepercayaan Merek (Studi Pada Facebook Sunsilk Indonesia). Skripsi, Universitas Indonesia.

Nurdamayastri, Sheila Diah. 2016. Analisis Customer Engagement Marketing Public Relations Online Shop Vanilla Hijab Melalui Akun Instagram dan Official Line (Studi Kasus Pada Instagram @Vanillahijan dan Official Line @VanillaInfo). Makalah Non Seminar, Universitas Indonesia.

Mahandy, Sona Rhei dan Brillyanes Sanawiri. 2018. Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepercayaan Merek (Survei Pada Followers Social Media Instagram @Strudelmalang). Jurnal Administrasi Bisnis, 57(2), 58-61.

Mazarina. 2016. Pengaruh Customer Engagement Melalui Media Social Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Akun Facebook Samsung Mobile Indonesia). Electronic Thesis and Dissertations, UNSYAH.

Sakinah, Syifa. 2014. Analisis Customer Engagement Body Shop Indonesia Melalui Twitter (Studi Kasus Akun Twitter @Thebodyshopindo). Makalah Non Seminar, Universitas Indonesia.

Afidianti, Virdina. (2011). Publisitas. Makalah, Politeknik Negeri Malang.

ONLINE

Dinisari, Mia Chitra. 2018. 10 Pola Perilaku Berdasarkan Perempuan Indonesia.

<https://lifestyle.bisnis.com/read/20180821/220/830160/10-pola-perilaku-berdandan-perempuan-indonesia> diakses pada 26 Februari 2019

<https://repository.maranatha.edu/> diakses pada 22 Februari 2019

<http://repository.unpas.ac.id/40202/5/8.%20BAB%20II.pdf> diakses pada 22 Februari 2019

<http://eprints.umm.ac.id/40601/3/BAB%20II.pdf> diakses pada 22 Februari 2019

<http://digilib.uinsby.ac.id/15465/4/Bab%202.pdf> diakses pada 23 Februari 2019

<http://eprints.walisongo.ac.id/6462/3/BAB%20II.pdf> diakses pada 23 Februari 2019

<http://bbs.binus.ac.id/management/2017/08/perlunya-customer-engagement-dalam-media-sosial-organisasi-bisnis-2/> diakses pada 25 Februari 2019

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesia-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-dunia> diakses pada 25 Februari 2019

<http://xsmfashion.com/tab/480/manfaatkan-peluang-industri-kosmetik-indonesia-siap-bersaing> diakses pada 26 Februari 2019

<https://tirto.id/saat-kosmetik-halal-memimpin-pasar-bP4r>