

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Amiruddin. (2016). **Metode Penelitian Sosial**. Yogyakarta. Parama Ilmu
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Sukabumi. CV Jejak
- Anshori, M. & Iswati, S. (2009). **Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif**. Surabaya. Airlangga University Press
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta. Media Kita
- Bungin, Burhan (2011). **Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan publik, dan Ilmu Sosial Lainnya**. Jakarta. Kencana
- Bakry, U.S. (2016). **Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional**. Yogyakarta. Deepublish
- Evan, D. & McKee, J. (2010). *Social Media Marketing : The Next Generation of Business Engagement*. Canada. Wiley Publishing, Inc
- Füller, J. (2006). *Why Consumers Engage in Virtual New Product Developments Initiated by Producers*. *Advances in Consumer Research*, 33, 639-646
- Haryanto A.G., Ruslijanto, H. & Mulyono, D. (2000). **Metode Penulisan dan Penyajian Karya Ilmiah : Buku Ajar untuk Mahasiswa**. Jakarta. Penerbit Buku Kedokteran EGC
- Hermawan, I. (2019). **Metodologi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode**. Kuningan. Hidayatul Quran Kuningan
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy : An Integrated Approach to Online Marketing*. United States. Kogan Page

- Kriyantono, R. (2006). **Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.** Jakarta. Kencana
- Lee, S. & Nornes, A.M. (2015). *Hallyu 2.0 : The Korean Wave in the Age of Social Media.* America. University of Michigan Press
- Lieb, R. (2011). *Content Marketing: Think Like A Publisher, How to Use Content to Market Online and in Social Media.* United States of America. Que Publishing
- Littlejohn, S.W. & Foss, K. A. (2017). **Teori Komunikasi Edisi 9 : Theories of Human Communication.** Jakarta. Penerbit Salemba Humanika
- Nachbar, J. & Lause, K. (1992). *Popular Culture : An Introductory Text.* England. Bowling Green State University Popular Press
- Palmatier, R.W., V. Kumar, & Harmeling, C.M. (2018). *Customer Engagement Marketing.* USA. Palgrave Macmillan
- Ryan, D. & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing : Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation.* London and Philadelphia. Kogan Page
- Salim & Haidir. (2019). **Penelitian Pendidikan : Metode, Pendekatan, dan Jenis.** Jakarta. Kencana
- Sugihartati, R. (2017). **Budaya Populer dan Subkultur Anak Muda : Antara Resistensi dan Hegemoni Kapitalisme di Era Digital.** Surabaya. Airlangga University Press
- Sugiyono. (2012). **Memahami Penelitian Kualitatif.** Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2014). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.** Bandung. Alfabeta
- Suparno, P. (2007). **Riset Tindakan untuk Pendidik : Action Research in Education.** Jakarta. Grasindo

Wibisono, D. (2008). **Riset Bisnis : Panduan bagi Praktisi dan Akademisi**. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama

E-Book :

Korean Culture and Information Service, ***K-Pop : A New Force in Pop Music***, 2011, ISBN : 978-89-7375-166-8

The Internet Marketing Academy & Ventus Publishing ApS, **Content Marketing**, bookboon.com, 2011, ISBN: 978-87-7681-925-5

Jurnal :

Aprilia, L., Candraningrum, D.A. & Pandrianto, N. (2019). **Strategi Content Marketing untuk Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project)**. Prologia. Vol.3. No. 1. EISSN : 2598-0777

Germon, R., Sokolova, K. & Bami, A. (2017). **Analyzing User Generated Content on Instagram : The Case of Travel Agencies**. PATTERNS 2017 : The Ninth International Conferences on Pervasive Patterns and Applications. ISBN: 978-1-61208-534-0

Pomalaa, L., Mursityo, Y.T, & Herlambang, A.D. (2018). **Analisis Faktor Brand Awareness, Brand Exposure, Customer Engagement, dan Electronic Word-of-Mouth Dalam Pemasaran Melalui Media Sosial Pada The Body Shop Indonesia**. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. Vol. 02. No.10. e-ISSN : 2548-964X.

Rifai, A.R. & Wahyudi. (2016). **The Effort to Create Customer Engagement on Customer E-Banking**. Jurnal Dinamika Manajemen. 191-205. ISSN : 2086-0688 (*print*) 2337-5434 (*online*).

Santoso, A.P., Baihaqi, I. & Persada, S.F. (2017). **Pengaruh Konten Post**

Instagram. Jurnal Sains dan Seni. Vol. 6 No. 1. ISSN: 2337-3520
(2301-928X Print)

Website :

bbs.binus.ac.id. (6 Agustus 2017). **Perlunya Customer Engagement dalam Media Sosial Organisasi Bisnis.** Diakses pada 24 Oktober 2019, dari <http://bbs.binus.ac.id/management/2017/08/perlunya-customer-engagement-dalam-media-sosial-organisasi-bisnis-2/>

careers.shopee.co.id. **Shopee Karir.** Di akses pada 13 April 2020, dari <https://careers.shopee.co.id/about/>

Databoks.katadata.co.id. (9 Februari 2018). **Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia ?.** Diakses pada 28 Desember 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>

Databoks.katadata.co.id. (8 Februari 2019). **Berapa Pengguna Media Sosial di Indonesia ?.** Diakses pada 28 Desember 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>

Hestanto.web.id. **E-Commerce menurut para ahli.** Diakses pada 13 Oktober 2019, dari <https://www.google.com/amp/s/www.hestanto.web.id/e-commerce-menurut-para-ahli/amp/>

Idntimes.com (2018). **10 E-Commerce Terbaik yang Menggeser Eksistensi Toko Offline.** Diakses pada 13 Oktober 2019, dari <https://www.idntimes.com/business/economy/putriana-cahya/10-e-commerce-terbaik-yang-menggeser-eksistensi-toko-offline>

Instagram. (2019). **Apa itu Instagram ?.** Diakses pada 28 Desember 2019, dari <https://help.instagram.com/424737657584573>

Instagram. (2020). **@shopeekpop**. Diakses pada 20 Januari 2020, dari <https://www.instagram.com/shopeekpop/?hl=id>

Instagram. (2020). **@tokopedia**. Diakses pada 20 Januari 2020, dari <https://www.instagram.com/tokopedia/?hl=id>

IntroBooks. (2016). **Instagram Marketing**. Diakses pada 28 Desember 2019, dari https://books.google.co.id/books?id=wAdNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=instagram+introbooks&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiE_4fJre7mAhUQU30KHW4TDa0Q6AEIKTAA#v=onepage&q=instagram%20introbooks&f=false

Marketeers.com. (25 Agustus 2011). ***Future of Marketing - Customer Engagement Era (2)***. Diakses pada 4 November 2019, dari <https://marketeers.com/future-of-marketing-customer-engagement-era-2/>

Mix.co.id. (14 September 2018). **Strategi Shopee Bidik K-Pop Fans Indonesia**. Diakses pada 13 Oktober 2019, dari <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/strategi-shopee-bidik-k-pop-fans-indonesia/>

Wikipedia. (3 Oktober 2019). **Shopee**. Diakses pada 13 Oktober 2019, dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>