

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Andi Prastowo. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Persektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-ruzzmedia.
- Brodie, R.J., Hollebeek, L.D., Juric, B., and Illic, A., (2011). *Customer engagement*. J. Serv.Res. 14 (3), 252–271.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. In Jakarta: Kencana. <https://doi.org/10.1002/jcc.21776>
- Devito, Joseph. A. (2009). *The Interpersonal Communication Book*. Boston : Pearson
- Effendy, Onong Uchjana. (2011). *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*, Bandung, Rosda.
- Evans, Dave and Joe Cothrel. (2014). *Social Customer Experience: Engage and Retain Customers Through Social Media*. Sybex: Kanada.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, philip dan kevin keller. (2012). *Marketing management. Fourteenth edition*, new jersey: Prentice Hall.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2012). *E-Marketing Edisi Internasional ke 6*. London: Pearson.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, Uyung. (2003). *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F.,G. Chandra dan D. Adriana. (2007). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

JURNAL

- Almubarak, A.F., Pervan, S., & Johnson, L.W. (2017). A conceptual analysis of brand intimacy on social media platforms. *Journal of Strategic Marketing*, 26, 463 - 478.
- Astakhova, M., K.R. Swimberghe, & B.R. Wooldridge. (2017). Actual and ideal-self congruence and dual brand passion. *Journal of Consumer Marketing*. 34(7): 664–672.
- Aulia, Nisya. (2019). Analisis Elemen-Elemen Instagram Alodokter_Id Dalam Membentuk Customer Engagement. Undergraduate (S1) thesis, Universitas Bakrie.
- Busalim, A. H., Ghabban, F., & Hussin, A. R. C. (2020). *Customer engagement behaviour on social commerce platforms: An empirical study*. *Technology in Society*, 101437.
- Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. 7(1), 38–50.
- Martínez-López, F.J., R. Anaya-Sánchez, M. Fernández Giordano, and D. Lopez-Lopez. (2020). Behind influencer marketing: key marketing decisions and their effects on followers' responses. *Journal of Marketing Management*. 36(7–8): 579–607.
- Moatti, V., & Abecassis-Moedas, C. (2018). How Instagram became the natural showcase for the fashion world. *The Independent*.
- Pramutina, Larasati. (2019). Analisis Content Marketing Starbucks Indonesia Melalui Instagram Dalam Menciptakan Customer Engagement. Tugas Akhir (S1) - thesis, Universitas Bakrie.

- Qorib, F., Rinata, A. R., & Fianto, L. (2021). Analisis Customer Engagement pada Akun Instagram @Oksigen_Cafe Menggunakan The Circular Model of Some. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 9(2), 183-197.
- Rohadian, Safitri. (2019) Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus: online shop yang menjual produknya sendiri). Undergraduate (S1) thesis, Universitas Bakrie.
- Wardhana, A., & Tera, S.S. (2020). Pengaruh Brand Passion, Brand Commitment dan Brand Intimacy Terhadap Repurchase Intention, Positive WOM dan Pay Price Premium. *Business Management Journal*.
- Yustiani, A. D. (2017). Analisis Customer Engagement dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu (Offline dan Online). *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Steinþórsson, V. G., & Alfreðsdóttir, V. V. (2018). Business Administration SOCIAL MEDIA USE AND IMPACT Insights from Prosthetic Users. BSc in Reykjavik University.
- Ryan, D. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. *Journal of Direct Data and Digital Marketing Practice*.
- Yustiani, A. D. (2017). Analisis Customer Engagement dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu (Offline dan Online). *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

ARTIKEL ONLINE

Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> Diakses pada tanggal 7 April 2022 pukul 13.00.

Data UMKM di tahun 2022 Mengalami Peningkatan

<https://kemenkopukm.go.id/read/ini-prioritas-program-kemenkop-ukm-di-tahun-2022>
Diakses pada tanggal 7 April 2022 pukul 15.30.

19 Juta UMKM Indonesia Beralih ke Digital, Makin Mendekati Target

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/624bbb91d24d0/19-juta-umkm-indonesia-beralih-ke-digital-makin-mendekati-target> Diakses pada tanggal 10 April 2022 pukul 21.40.

Data E-commerce Indonesia 2022 (2 Tahun Pandemi)

<https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/#52-> Diakses pada tanggal 11 April 2022 pukul 09.30.

8 Produk yang Paling Diminati Konsumen Saat Belanja Online

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/28/8-produk-yang-paling-diminati-konsumen-saat-belanja-online-apa-saja> Diakses pada tanggal 11 April 2022 pukul 14.22.