

DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). *Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu* (Vol. 9, Issue 2).
- Asqo Balqis, H., Delvina, S., Anggoro, A., & Irawatie, A. (n.d.). *Bahasa Gaul “Jaksel” Sebagai Eksistensi Di Kalangan Remaja Jakarta*. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/issue/archive>
- Erwin, E., Suade, Y. K. M., Tanesia, C. Y., Sharon, S., & Maichal, M. (2023). Customer Engagement Usaha Kuliner; Kontribusi Marketing Content dan Efek Viral Marketing Campaigns. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 383–397. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.285>
- Ismawati, E. (2022). *“Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Awareness Bittersweet By Najla” (Survey Pada Pengguna Aktif Media Sosial Tik Tok)*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (SE. Fitraturun Annisya & S. IP. ,SS. Sukarno, Eds.; 1st ed.). Lemabaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.
- Mauludy, M. N. (2018). *Analisis Wacana Persuasif Pada Akun Instagram @gerakannikahmuda* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Rijal Fadli, M. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Saputra, A. (2024). *Digital Branding Coma Coffee Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Sudirman, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., Agung, S., Rini, P., & Wardhana, A. (2024). *BRANDING STRATEGY DI ERA DIGITAL*. <https://www.researchgate.net/publication/379311944>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA CV. <https://www.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode- Penelitian-Sugiyono>

- Syah, R., Lina Auliana, & Rivani. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Instagram @Dearmebeauty (Pt Garland Cantik Indonesia). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1095–1105. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1132>
- Triana, R., Hidayah, N., & Noerdjamal, D. (2021). Rancangan Pengelolaan Social Media Marketing Engagement. *Jurnal IPTA*, 9(1), 188. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p19>
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license CORE View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk provided by Electronic Journal Fakultas Ekonomi UNIA (Universitas Islam Attahiriyah). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/388>
- Valencia, M. M. A. (2022). Principles, Scope, and Limitations of the Methodological Triangulation. *Investigacion y Educacion En Enfermeria*, 40(2). <https://doi.org/10.17533/udea.iee.v40n2e03>
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*.
- Wandi, S., Nurharsono, T., & Raharjo, A. (2013). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. In *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation* (Vol. 2, Issue 8). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/peshr>