

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bajari, A. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren, dan Etika*. (N. S. Nurbaya, Penyunt.) Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Breakenridge, D. K. (2012). *Social Media and Public Relations*. New Jersey: FT Press.
- Choudhury, N. (2014). World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 8100.
- Cornellisen, J. (2017). *Corporate Communication, A Guide to Theory & Practice*. London: SAGE Publications Ltd.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. (C. Wiratama, Penerj.) Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Emzir. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Evans, D. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Indiana: Wiley Publishing, Inc.
- Farook, F. S. (2016). Influence of Social Media Marketing on Customer Engagement. *International Journal of Business and Management Invention*, 115-125.
- Fuad, A., & Nugroho, K. S. (2014). *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. London: SAGE Publications Ltd.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Instagram. (2019). *About Us*. Dipetik Juni 16, 2019, dari Instagram: <https://www.instagram.com/about/us/>
- Institute, M. S. (2012). Understanding Customer Experience and Behaviour. *Research Priorities 2010-2012*, 4.
- Kountur, R. (2009). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknis Praktis Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kustini, H. (2017). *Communication Skill*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mahandy, S. R., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepercayaan Merek (Survei Pada Followers Social Media Instagram @strudelmalang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57-65.
- Marsudi. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Interaktif Ciewie Batik Dalam Customer Engagement. *Komunikasi*, 63-73.
- Moriarty, S., Wells, W., & Mitchell, N. (2012). *Advertising & IMC : Principles and Practice*. Essex: Pearson.
- Morrison. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Nurudin. (2017). *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Patton, M. Q. (2006). *Metode Evaluasi Kualitatif*. (B. P. Priyadi, Penerj.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- PRSA. (2019). *About Public Relations*. Dipetik Juni 19, 2019, dari Public Relations Society of America: <https://www.prsa.org/all-about-pr/>
- Purbandini, P. (2017). *Analisis Peranan Barista Sebagai Personal Seller Untuk Menciptakan Customer Engagement (Studi Kasus Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera)*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Rieuwpassa, F. (2019). *Pengertian, Layanan, dan Manfaat Marketing Agency*. Dipetik Juni 19, 2019, dari Seputar Marketing: <https://www.seputarmarketing.com/ind/pengertian-layanan-dan-manfaat-marketing-agency/>
- RJ, G. (2019). Dipetik Juni 19, 2019, dari Beritaagar: <https://beritaagar.id/artikel/infografik/tren-mendulang-uang-lewat-media-sosial>
- Ruslan, R. (2017). *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santhika, E. (2019). *Instagram Akan Uji Coba Fitur Baru untuk Memudahkan Aktivitas Belanja*. Dipetik Juni 16, 2019, dari Tech in Asia Indonesia: <https://id.techinasia.com/instagram-uji-coba-fitur-untuk-mudahkan-belanja>
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Septian. (2019). *Apa Itu Digital Marketing ? Pengertian dan Konsep Dasarnya*. Dipetik Juni 19, 2019, dari Red Tree Asia: *Apa Itu Digital Marketing? Pengertian dan Konsep Dasarnya*

- So, K. K., King, C., & Sparks, B. A. (2014). Customer Engagement With Tourism Brands: Scale Development And Validation. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30.
- Social, W. A. (2019). *Dgital 2019: Indonesia*. Dipetik Mei 2019, dari Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>
- Soyomukti, N. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Suwatno. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Winarso, B. (2019). *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?* Dipetik Juni 16, 2019, dari Daily Social: <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>
- Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus: Desain & Metode*. (M. D. Mudzakir, Penerj.) Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.



KALBIS Institute
Transforming Hearts and Minds