

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifahmi, Hifni. (2005). *Sinergi Komunikasi Pemasaran, Integrasi Iklan, Public Relations dan Promosi*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Ardianto, Elvariono. (2011). *Handbook of Public Relation*. Jakarta: Simbioasa Rekatama Media
- Brogan, Chris. (2011). *Social Media 101 Tactics and Tips to Develop Your Bussines Online*. Wiley
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Kedua. Cetakan ke-5. Jakarta: Kencana
- Creswell, John, W. (2002). *Research Design: Desain Penelitian*. Jakarta: KIK Press
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Evans, Dave. (2010). *Social Media Marketing: AN hour a Day*. Indiana: Wiley Publishing
- Gunelius, S. (2010). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business: Social Media Marketing in 30 Minutes a Day*. McGraw Hill Profesional.
- Instagram. (2016, Juni). Instagram. Retrieved Oktober 19, 2016, from Instagram: <https://www.instagram.com/p/BG6t6LphQeM/?taken-by=instagram>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2012). *Marketing Management* Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT Indeks
- Kriyantono, R. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada
- Moleong L. J. 2011. *Metodologi Penelitian Edisi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong,L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong,L. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahmawati, D. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Sashi,C. (2012). *Customer engagement , buyer-seller relationships, and social media*. Management Decision, Vol 50 Iss: 2, pp.253-272.

- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sherman an; d Smith.A.S.2013. *Social Media Engagement for Dummies*. New Jersey: John Willey&Sons Inc.
- Sugiyono. (2006) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2007) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Elex. Komputindo.

Jurnal :

- Brodie, Roderick J. et alk. 2011. *Consumer Engagement in A Virtual Brand Community: An Explaratory Analysis*.
- Farook, F. Satwa dan Nilam Abeysekara. 2016. *Influence of Social Media Marketing on Customer Engagement*. *International Journal of Business and Management Invention*.
- Mulawarman dan Nurfitri. (2017). *Perilaku Pengguna Social Media beserta Implikasi Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. *Buletin Psikologi* Vol 25 No 1,36-44. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.
- Murchardie, Brian Garda, dkk. 2016. *Effect of Social Media Marketing on Customer Engagement and Its Impact on Brand Loyalty in Caring Colours Cosmetics* Martha Tilaar. *Jurnal Vo 7 No 1*. Binus University.
- Sinaga, Ingrid. (2014). *The Effect of Marketing Public Relations on Brand Image*. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis* vol.2, no. 2, 184- 189.