

DAFTAR PUSTAKA

Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons* 53 (1). p. 61.

APJII.2017.*Usia Produktif Mendominasi Pengguna Internet*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet>.23 Februari 2018

Binus University.2017.*Perlunya Customer Engagement Dalam Media Sosial Organisasi Bisnis*.<http://bbs.binus.ac.id/management/2017/08/perlunya-customer-engagement-dalam-media-sosial-organisasi-bisnis-2/>

Brodie, Roderick J.et all.(2011). *Consumer Engagement in A Virtual Brand Community: An Exploratory Analysis*

Djatnika, Tjetjep. (2007). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Durianto, D. (2001) *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno. (2003). *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Evan , Dave.(2010). *Social Media Marketing : The Next Generation of Social Engagement*.Indiana:John Wiley & Sons

Giddens, Nancy dan Hofmann, Amanda.2002. *Brand Loyalty*.
<https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/pdf/c5-54.pdf>

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro

Haq,Jafar Fathul,& Fauzi,Ahmad.2014."Pengaruh *Customer Engagement* Melalui Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Postif".FISIP,Universitas Indonesia Depok

Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing* (Edisi 13). United States of America: Pearson.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Kusuma, Yohanes Surya.2014. Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Dan Brand Trust Harley Davidson Di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2 No. 1.

Lilik Purwandi.2016.*Indonesia 2020: The Urban Middle Class Millenials*. https://www.researchgate.net/publication/314448735_Indonesia_2020_The_Urban_Middle_Class_Millenials.10 Maret 2017

Nugraheni, Catherina Intan.2012."Pengaruh *Customer Engagement* Melalui Media Sosial Terhadap Kepercayaan Merk".Skripsi.FISIP,Program Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia Depok.

Patterson, P. (2006). Understanding customer engagement ini service : Advancing theory, maintaining relevance, proceedings of ANZMAC conference. *Journal of Marketing*.

Paulson, Dan. (2009). *I'm Happy to be Here – How Engaged Employees Improve Your Bottom Line*.

Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

Rangkuti, Freddy. 2010. *Riset Pemasaran*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama

Sanaji, Evi Rahmawati.2015."Pengaruh *Customer Engagement* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merk Serta Dampaknya Loyalitas Merk".Surabaya.Universitas Negeri Surabaya

Sari, Heni Aprilia.2018."Pengaruh Iklan Media Sosial Intagram Terhadap Respon Konsumen Di Bandar Lampung".Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Sugiyono. 2008. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung : ALFABETA

Sumarwan, Ujang et al. (2010). *Pemasaran Strategik (Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja)*. Bogor: IPB Press.

Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit PT Remaja Sisdakarya

Wandara, Fadhilah Boyke & Estri, Septiana A.2017."Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Loyalitas Merek".Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung

Willems, Hans. (2011). *Transitioning into a Blueconomy. White Paper Customer Driven Online Engagement*, 1-18

Wiranti, Malisa Wahyu & Nugraha, Hari Susanta.2012."Analisa Strategi *Customer Engagement* Terhadap Loyalitas Pada PT.Nasmoco Magelang".FISIP.Program Administrasi Bisnis Universitas Dipenogoro Semarang

Hamzah, Yeni Imaniar.2013."Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia".Jakarta. Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata