

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anholt, S. (2003). *Brand New Justice. The Upside Of Global Branding*. London: Butterworth- Heinemann.
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik E-Commerce 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Brian, S., & Breakenridge, D. (2010). *Putting The Public Back In Public Relations: How Social Media Is Reinventing The Aging Business Of PR*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, And Marketing Communications, 7th Edition*. England: Pearson.
- Creswell, J. W. (2002). *Research Design Qualitative & Quantitative Approaches*. New York: Sage Publication, Inc.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Evans, D., & McKee, J. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Indiana: John Wiley & Sons.
- Haig, M. (2001). *E-PR: The Essential Guide To Public Relation On The Internet*. USA: Kogan Page.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Holtz, S. (2002). *Public Relations On The Net, Second Edition*. New York: AMACOM.
- Kreps, G. L. (2009). *Organizational Communication: Theory and Practice*. New York: Longman.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication. Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mayfield, A. (2008). *What Is Social Media?* London: iCrossing.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Philips, D., & Young P. (2009). *Online Public Relations: A Practical Guide To Developing An Online Strategy In The World Of Social Media*. United Kingdom: Kogan Page Limited.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sherman A., & Smith, D., E. (2013). *Social Media Engagement For Dummies*. US: John Wiley & Sons, Inc.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Subkhan, E. (2016). *Sejarah dan Paradigma Teknologi Pendidikan Untuk Perubahan Sosial: Edisi Pertama*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: CV Solusi Distribusi.
- Sugiyono. (2010). *Statistik Untuk Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya*. Madura: UTM Press.

Jurnal & Skripsi

- Atmadja, J. K. (2020). *Analisis Cyber Public Relations Untuk Membangun Customer Engagement Instagram Quipper Di Tengah Kondisi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus #BisaTetapBelajar Quipper)*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Devita, M. (2020). *Implementasi Cyber Public Relations Anomali Coffee Melalui Gerakan #NgopiDiRumah Di Media Sosial Dalam Membangun Customer Engagement Dan Gaya Hidup Konsumsi Kopi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Instagram @anomalicoffee)*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Bielski, L. (2008). "Guided by feedback: Measuring Customer Engagement." *American Bankers Association (ABA) Journal*, 100(8), 44-46.
- Bonson, E., & Ratkai, M. (2013). "A Set of Metrics to Assess Stakeholder Engagement and Social Legitimacy on A Corporate Facebook Page." *Online Information Review*, 787-803.
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., & Ilic, A. (2011). "Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research." *Journal of Service Research*, 14(3), 252-271.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). "User Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media." *Business Horizon*, 53(1), 59-68.
- Maulida, U. (2021). "Akselerasi Bisnis Online Berbasis Instagram." *Madani Syariah*, 4(1), 54-66.
- Melati, N. L. (2020). *Strategi Pengelolaan Customer Engagement Melalui Perspektif Trust Transfer Pada Penyampaian Pesan di Instagram The Body Shop Indonesia*. Jakarta: Universitas Bakrie.

- Moore, D. S., & McElroy, J. C. (2012). "The Influence of Personality on Facebook Usage, Wallpostings, and Regret." *Computer in Human Behavior*, 267-274.
- Palinggi, S., & Limbongan, E. (2020). "Pengaruh *Internet* Terhadap Industri *E-commerce* dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia." *Seminar Nasional Riset dan Teknologi*.
- Patterson, P., Yu T., & Ruyter, K. D. (2006). "*Understanding Customer Engagement In Services*." *ANZMAC 2006 Conference*.
- Putri, D. M. (2018). Strategi Pengelolaan *Customer Engagement* Melalui *Cyber Public Relations* Pada Penyampaian Pesan Di *Instagram* The Aesthetics. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). "Upaya Membangun *Customer Engagement* Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus: *online shop* yang menjual produknya sendiri)." *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 2(4), 179-187.
- Sabate, F., Berbegal-Mirabel, J., Canabate, A., & Lebherz, P. R. (2014). "*Factors Influencing Popularity of Branded Content in Facebook Fan Pages*." *European Management Journal*, 1001-1011.
- Sehah, N. (2017). Implementasi *Cyber PR* Pada Penyampaian Pesan Dalam Pengelolaan *Customer Engagement* Di *Instagram* UBCampus. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). "Pengaruh Konten *Post* Instagram Terhadap *Online Engagement*: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita." *Jurnal Teknik ITS*, 6(1), 217-221.
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). "*Customer Engagement: Exploring Customer Relationship Beyond Purchase*." *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 127-145.
- Yuliawati, & Irawan, E. P. (2016). "Peran *Cyber Public Relations* Humas Polri Dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online (Studi Deskriptif Tentang Penerapan Peran *Cyber Public Relations* Dalam Mengelola *Website* humas.polri.go.id Sebagai Implementasi Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik)." *Jurnal Politikom Indonesiana*, 1(1), 206-217.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). "Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi." *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2).

Website

- Carter, B. (2015). *What is the Definition of Customer Engagement?* Diakses pada 9 September 2021, dari [Blog.AccessDevelopment.com: https://blog.accessdevelopment.com/what-is-the-definition-of-customer-engagement](https://blog.accessdevelopment.com/what-is-the-definition-of-customer-engagement)
- Fazli, A. Z. (2021). Riset: 74,5% Konsumen Lebih Banyak Belanja *Online*

daripada *Offline*. Diakses pada 16 Maret 2022, dari Medcom.id: <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/5b2mZ3rN-riset-74-5-konsumen-lebih-banyak-belanja-online-daripada-offline>

Warren, J. (2020). *8 Instagram Features Perfect for Small Businesses*. Diakses pada 10 Maret 2022, dari later.com: <https://later.com/blog/instagram-features-for-small-businesses/>

We Are Social. (2021). Diakses pada 21 November 2021, dari WeAreSocial.com: <https://wearesocial.com/digital-2021>

We Are Social. (2022). Diakses pada 9 Maret 2022, dari WeAreSocial.com: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

