

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Agyei, J., Sun, S., Abrokwhah, E., Penney, E. K., & Ofori-Boafo, R. (2020). Influence of Trust on Customer Engagement: Empirical Evidence From the Insurance Industry in Ghana. *SAGE Open*, 10(1).
<https://doi.org/10.1177/2158244019899104>
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings*, 1(1), 173–186.
- Al-Hakim, N. (2021). Menata Ulang Bisnis F&B Pasca Pandemi (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Pemasaran Sate Taichan “Goreng”). *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 85–106.
- Anggraeni, P. D., & Sabrina, T. A. (2021). Analisis Customer Engagement Terhadap Kafe Di Kota Tegal. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 18–27.
<https://doi.org/10.36594/jtec/7afvz16>
- Attaallah, H. R. (2022). FROM TRADITIONAL TO ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 04(06), 125–135. <https://doi.org/10.38193/ijrcms.2022.4607>
- Consumer Trust in Online, Social and Mobile Advertising Grows. (2012, April). Nielsen. <https://www.nielsen.com/insights/2012/consumer-trust-in-online-social-and-mobile-advertising-grows/>
- Cangara, H. H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Press.
- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN* (1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media. www.google.com

- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., Hanafiah, H., Arissaputra, R., Wijaya, N. P. N., Suyatno, A., Rahayu, T., & Syahputra. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. UMSIDA PRESS.
- Haryani, E., Hidayaty, D. E., & Rosmawati, E. (2022). Push Strategy Pada Saluran Pemasaran PIXYdi PT. Dutamsindo Labora Jaya Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3), 1262–1271.
- HLN, E. (2021, September 5). *5 Rekomendasi Kedai Kopi di Padang Untuk Kamu Yang Bosan Bekerja di Kantor*. Haluanpadang.Com. 5 Rekomendasi Kedai Kopi di Padang Untuk Kamu Yang Bosan Bekerja di Kantor
- Kanwal, S., Ullah, S., Ismail, M., & Rafi, N. (2024). Impact of Social Media Marketing on Customer Engagement: Promoting Electronic Word of Mouth Intentions in the Online Fashion Apparel Brands. *Journal of Business and Management Research*, 3(1), 237–256.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative.
- Nugroho, W. C., & Sutarso, J. (2023). *STRATEGI WORD OF MOUTH COMMUNICATION PADA JASA PERAWATAN HEWAN CL GROOMING HOUSE*.
- Nursyamsi, S. E., Siregar, N., & Nurahlina, N. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOSKA FASHION DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER

ENGAGEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(2), 140–154.

Palmatier, R. W., Kumar, V., & Harmeling, C. M. (2018). *CUSTOMER ENGAGEMENT MARKETING*. Palgrave Macmillan.

Pramono, H. (2021). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keterikatan Pelanggan. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 13(2), 350–364.

Prasetyo, B. D. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.

Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.

Rasool, A., Ul Islam, J., & Shah, F. A. (2023). Unravelling relational dynamics between experiential value and customer engagement: Does customer gender matter? *Journal of Marketing Communications*.
<https://doi.org/10.1080/13527266.2023.2261946>

Ruslan, R. (2018). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.

Sentosa, I., & Vanel, Z. (2024). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SABANDINA KOFFIE UNTUK MEMBANGUN BRAND RECOGNITION. *Journal Media Public Relations*, 4(2).

Taruli, A. E., Chan, A., & Tresna, P. W. (2021). PENGARUH GAMIFICATION VERSI “SHOPEE TANAM” TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT APLIKASI MOBILE SHOPEE INDONESIA (SURVEI PADA PENGGUNA FITUR SHOPEE IN APP GAMES DI KOTA BANDUNG). *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 283.
<https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i3.30265>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Andi Offset.

Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DAN LOYALITAS MEREK PADA AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/388>

Weru, J. N. (2021). Perceived Destination Image and Post-Visit Behaviour: An International MICE Visitors' Perspective. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(2), 472–486. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-112>

Winell, E. (2023). Exploring Antecedents and Outcomes of Customer Engagement Among Elite Football Fans. *Services Marketing Quarterly*, 44(2–3), 167–187. <https://doi.org/10.1080/15332969.2023.2207433>

