

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Burhan, Bungin. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: kencana
- Cahyono, Arie. 2019. *Menciptakan Sebuah Kekuatan Komunikasi Efektif: Unggul Berkomunikasi*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rorsdakarya
- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hikmawati, Fenti. 2017. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lee, Monle., & Johnson, Carla. 2007. *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global* (Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna). Jakarta: Kencana Prenada Media
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu (Imprint Gelar Semesta Aksra)
- Moriarty, Sandra, William Wells, John Burnett, dkk. 2007. *Advertising: Principles and Practice*. Singapura
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell dan William Wells. 2009. *Advertising* (Edisi Seri Kedelapan). Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Morrison, M. A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Pamungkas, I. N. 2016. *IMC”0”Logy*. Yogyakarta: Deepublish
- Riduwan & Kuncoro. 2010. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Riduwan & Kuncoro. 2011. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Shimp, A. Terence. 2010. *Integrated Marketing Communication In Advertising And Promotion*. Canada: Cengage Learning
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2016. *Kupas Tuntas, Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Jurnal

- Alfajri, Iqbal., Irfansyah., & Isdianto, Budi. (2014). Analisis Web Series Dalam Format Film Pendek (Studi Kasus Web Series “Malam Minggu Miko Episode Nissa”). *Institut Teknologi Bandung*, 6 (1), 27-39.

- Balqis, Dinda Annisa. (2020). Pengaruh Iklan Web Series “Lady Giga” Eps. Geng Bel Terhadap Minat Beli Audiens Milenial. *Universitas Telkom*
- 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, 252-271.
- Chomvilailuk, R & Butcher, K. (2018). The Impact of Strategic CSR Marketing Communications on Customer Engagement. *Marketing, Intelligence & Planning*, 36 (7), 764-777
- Hamzah, Radja Erland. (2018). Web Series Sebagai Komunikasi Pemasaran Digital Traveloka. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1 (2), 361-374.
- Jerome, T., Shan, L., W., & Khong, K.W. (2010). Online Advertising A Study On Malaysian Consumers. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1644802>, 1-20.
- Nurdiantara, Robby Rachman. (2019). Pengaruh Media Sosial Twitter Dan Customer Engagement Terhadap Kepuasan Bobotoh Persib. *Universitas Pasundan*
- Sashi, C.M. (2012). Customer Engagement, Buyer-Seller Relationship, And Social Media. *Management Decision*, 50 (2), 253-272.
- So, K. K. F., King, C., & Sparks, B. (2012). Customer Engagement With Tourism Brands: Scale Development And Validation. *Journal Of Hospitality And Tourism Research*, 38 (3), 304-329.
- Tamitiadini, Dian. (2019). Representasi Brand Identity Dalam Webseries Sebagai Alternatif Media Periklanan. *Jurnal Semiotika*, 13 (1), 22-42.
- Tripathi, M. N. (2009). Customer Engagement – Key To Successful Brand Building. *Vilakshan: The XIMB Journal Of Management*, 6, 131-140
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 20 (2), 127-145.

Internet

<https://www.xlaxiata.co.id/id/tentang-xl-axiata/riwayat> (Diakses pada tanggal 9 Oktober 2020, pukul 21.08 WIB)

<https://www.xlaxiata.co.id/en/node/994> (Diakses pada tanggal 9 Oktober 2020, pukul 21.15 WIB)

<https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full> (Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020, pukul 21.37 WIB)

<https://www.radarcirebon.com/2020/08/29/xl-axiata-berhasil-jaga-pertumbuhan-kinerja/> (Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020, pukul 22.21 WIB)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia> (Diakses pada tanggal 13 Oktober 2020, pukul 21.00 WIB)

cnbcindonesia.com/lifestyle (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020, pukul 16.00 WIB)

<http://www.ideaimaji.com/blog/web-series-untuk-strategi-marketing/> (Diakses pada tanggal 28 Oktober 2020, pukul 19.39 WIB)

<https://infodigimarket.com/web-series-promosi-masa-kini/> (Diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 21.40 WIB)

[Customer Engagement: Pengertian, Cara Mengukur, dan Penerapannya \(glints.com\)](#) (Diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 22.00 WIB)

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (Diakses pada tanggal 30 November 2020 pukul 21.23 WIB)