

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto, Elvinaro dkk. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Durianto, dkk. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy Rangkuti. 2004. *The Power of Brand*. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Handayani, Desy & dkk. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Jakarta : Esensi Erlangga Group
- Katz, E, Blumer, & E, Katz (Eds), *The Uses of Mass Communication : Perspectives On Gratifications Research (pp. 19-32)*. Beverly Hills : Sage.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi (disertai Contoh Praktis Riset Media Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran)*, Edisi ke-3. Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____ (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kualititatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Sutrisno Hadi, M. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Tukiran, Taniredja & Hidayati Mustafidah. 2012. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Internet :

- Aprilia, Putri. (2021). "*Engagement Rate*". Diambil dari : <https://www.niagahoster.co.id/blog/engagement-rate/>. (Akses: 24 Oktober 2021)
- Dancheva Dayana. (2021). "*What is Engagement Rate*". Diambil dari : <https://dayanadancheva.com/blog/instagram-engagement-rate/>. (Akses: 26 Oktober 2021)
- Damayanti, Nana. (2021). "*Mengenal Social Media Monitoring yang Penting untuk Bisnis Anda*". Diambil dari : <https://toffeedev.com/blog/social-media-monitoring/> . (Akses : 10 Februari 2022)
- Ismail, Ibnu. (2020). "*Engagement Rate Adalah*". Diambil dari : <https://accurate.id/marketing-manajemen/engagement-rate-adalah/>. (Akses : 23 Oktober 2021)
- Nuraini. (2021). "*Definisi Monitoring Media Sosial, Manfaat Dan Pembagiannya*". Diambil dari : <https://nolimit.id/blog/2021/02/14/definisi-monitoring-media-sosial-manfaat-dan-pembagiannya/> . (Akses : 10 Februari 2022)
- Rayi, Marchandi. (2021). "*Engagement Rate Itu Apa*". Diambil dari : <https://meson-digital.com/blog/social-media/engagement-rate-adalah/>. (Akses: 24 Oktober 2021)
- Sabina. (2021). "*Instagram Engagement Rate*". Diambil dari : <https://girlvsglobe.com/instagram-engagement-rate/>. (Akses : 26 Oktober 2021)

Skripsi :

Ashfiya, M. Zaenal. (2018). *Perbandingan Tingkat Engagement Antara Post Foto Dan Video Instagram (Studi pada Akun Instagram Perusahaan Berbasis Aplikasi Smartphone)*.

Bakrie, Muhammad Ichlasul Amal. (2021). *Analisis Hubungan Elemen UX Dengan Engagement Rate Instagram Prodi S1 Manajemen Universitas Bakrie Dengan Metodologi Content Analysis*.

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Meilano, Yolana. (2020). *Analisis Pengaruh Customer Engagement dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skind Aesthetic*.

Verdiana, Veny Melati. (2019). *Perbedaan Reach, Action Taken, Dan Engagement Rate Pada Iklan Dalam Bentuk Gambar Dan Video produk Perawatan Kecantikan Herbal Pomy Di Instagram*.

Jurnal :

- Adhiva,Enrick.,Iskandar,Budi Permadi.,(2015).*Users' Engagement Toward The Brand Accounts In Instagram Based On The Aisas Model*.Diambil dari : [https:// journal.smb.itb.ac.id](https://journal.smb.itb.ac.id).
- Anindyaputri,Rachmi., Rusmana,Agus., Komariah,Neneng.(2020).*Hubungan customer engagement melalui Instagram @perpustakaanidbud dengan minat kunjungan perpustakaan di kalangan follower aktif*. Diambil dari : <http://jurnal.unpad.ac.id/jkip/article/view/25919>.
- Aufa,Badra Al., Sulistiadi,Wahyu., Djawas,Faizah Abdullah.(2020).*Measuring Instagram Activity and Engagement Rate of Hospitas: A Comparison before and during COVID-19 Pandemic*.Diambil dari : <http://shcolar.ac.id>.
- Budyanto., Mariana,Christy Dwita., Yusuf,Dionisius.(2021).*Building Timeless.co Brand Awareness Through Influencer and Internet Marketing*. Diambil dari : <https://journal.shantibhuana.ac.id>.
- Carolyn., Jessye,Gabriel., Abib,Isaiah., Laurel,Michael., Putra,Nicks Candra.(2020).*Customer Engagement Impacts Towards Purchase Intentions In The Online Travel Agent Industry*. Diambil dari : <https://journal.unpar.ac.id>
- Nasution,Satria Mirsya Affancy., Jufrizen., Azhar,Muhammad Elfi.(2020).*Efek Mediasi Customer Engagement Pada Pengaruh Brand Performance Terhadap Repeat Purchase Pengguna Sepeda Motor Yamaha Di Kota Medan*. Diambil dari : <http://jurnal.abulyatama.ac.id/index.php/humaniora/article/view/1195>.
- Santoso,Amanda P., Baihaqi,Imam., dan Persada,Satria F.(2017). *JURNAL SAINS DAN SENI ITS Vol. 6, No. 1,ISSN: 2337-3520*. Diambil dari : <http://library.its.ac.id/>
- Utami,Brizky Amalia.,(2021).*Komunikasi Bisnis melalui Social Media Trust guna Meningkatkan Customer Engagement pada Pixy Cosmetic* Diambil dari :<https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRMK/article/view/116>.