

DAFTAR PUSTAKA

- Achfandhy, M. I. (2020). Model Dakwah Compliance Gaining Oleh Kyai Pesantren. *Jurnal Dakwah Risalah*.
- Adlini, M. N., & Dinda, A. H. (2022). Metode Penelitian Kualitatif studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*.
- Anindyaputri, R., Rusmana, A., & Komariah, N. (2020). Hubungan Customer Engagement Melalui Instagram @perpustakaanidkud Dengan Minat Kunjungan Perpustakaan Di Kalangan Follower Aktif. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*.
- Anisah, N., & Sartika, M. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa.
- Arifianto, B. D., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Konten Pemasaran, Kualitas Informasi, Keandalan dan Citra Merek Terhadap Customer Engagement. *Investasi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Aristyavani, I. (2017). *Persuasi Komunikasi dan kebijakan Publik*. Yogyakarta: Calpulis.
- Armayani, R., Tambunan, L., Ridha, S., Lubis, N., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media SosialInstagram dalam Meningkatkan Penjualan Online.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*.
- Christyanti, D. A. (2019). Pengelolaan Customer Engagement Pada Media Sosial Untuk Membidik Pasar Milenial Pada Tahun 2019.
- Creswell, J. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deba, H. K., & Pramono. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi Produk Usaha Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Marketing E-Business. *Jkpim: Jurnal kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*.
- Fadli, M. (2021). Memahami Desai Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*.
- Faustyna. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Medan: Umsu Press.
- Jauhari, G. T., Sosianika, A., & Hardiyanto, N. (2021). Analisis Sikap dan Minat Membeli Wanita Muda di Indonesia Terhadap Produk Perawatan Diri Berbahan Alami. *Industrial Research Workshop and National Seminar*.

- Kartini, & Syahrina, J. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*.
- Litmanen, H. C., & Sari, w. P. (2021). Analisis Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram @bloomcoffeejkt). *Prologia*.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication*. Waveland Press.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Malang: UB Press.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Yogyakarta: Yogyakarta Press.
- Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal disertai Contoh Fenomena Praktis*. Prenada Media.
- Popilin, A. N., & Azizah, N. (2022). Pengaruh Keterlibatan Konsumen, Citra Merek, Kemudahan Penggunaan, Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Tindakan Pasca Pembelian: Studi Pada Konsumen Wardah Pengikut Instagram @wardahbeauty di Surabaya.
- Rachmansyah, M., & Supratman, L. P. (2020). Peran Media Instagram Dalam Memasarkan Produk Fashion. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.
- Rahayu, N. A., & Sudradjat, R. H. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Konten TikTok AI Storyteller Mie Gaga Terhadap Sikap Konsumen. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*.
- Republika Online. (2023, Mei 4). Diambil kembali dari Cerita Awal Lahirnya Instagram: <https://digitaldonat.republika.co.id/digitalnote/1752938081/Cerita-Awal-Lahirnya-Instagram>
- Rohadian, S. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus: Online Shope Yang Menjual Produknya Sendiri). *Jemi: Journal of Entrepreneurship, Mangement, and Industry*.
- Rojikun, A. (2022). Dampak Promosi Pada Media Sosial Terhadap Keterlibatan Pelanggan Dan Minat Beli Pada Usaha Mikro Menengah Dan Kecil. *Jaman: Jurnal Akutansi dan Manajemen Bisnis*.
- Rukin. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: CV. Jakad Media Publishing.

- Rusandi, & Rusli, M. (2020). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus.
- Solis, B. (2010). *Engange! The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, And Measure Success In The New Web.* .
- Sputra, G. G., & Fadhilah. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Ekuitas: Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*.
- Strauss, J., & Frost, R. (2011). *E-Marketing (6th ed.)* . New Jearsey: Pearson.
- Suryani, T., & Nurhadi, M. (2022). *Strategi Pengelolaan Aktivitas Pemasaran di Media Sosial*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Sutomo, M., & Wanti, S. (2023). Strategi Content Marketing Dalam Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram Out Of The Box. *Bridging: Journa of islamic Digital Economic and Management*.
- Ulfatin, N. (2015). *Metode Penelitian di Bidang Pendidikan*. Malang: Media Nusa Creative.
- West, R., & Turner, L. (2014). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Translated by Brian Marswendy. Jakarta: Salemba Humanika.