



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Coviello, N., Milley, R. & Marcolin, B. (2001). *Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing*. Journal of Interactive Marketing, (Vol.15 No. 4, hal 18-33).
- Devito, Joseph A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip. (2005), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Pt. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Sanjaya, Ridwan. & Josua Tarigan. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Online
- Falls, Jason. (2012). "Defining Engagement".
<https://socialmediaexplorer.com/content-sections/news-and-noise/defining-engagement/>. Diakses pada 18 April 2020.
- Gunelius, Susan. (2011). "30-Minute Social Media Marketing".
<https://www.slideshare.net/SusanGunelius/30minute-social-media-marketing-by-susan-gunelius>. Diakses pada 18 April
- Rasyid, Fikri. (2009). "Social Media Marketing: Definisi, Konsep dan Aplikasinya". <https://fikrasyid.com/social-media-marketing-definisi-konsep-dan-aplikasinya/>. Diakses pada 18 April 2020.
- Tri, Agus. (2020). "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia".
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>. Diakses pada 29 Februari 2020

Kaushik, Avinash. (2011). "Best Social Media Metrics Conversation, Amplification, Applause, Economic value"
<https://www.kaushik.net/avinash/best-social-media-metrics-conversation-amplification-applause-economic-value/>. Diakses pada 19 April 2020.