

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, B. D. (2022, April 29). Strategi Social Media Marketing Buavita dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus pada Instagram @Buavitaid). (F. Rkyatama, Interviewer)
- Arifin, R. D. (2020, September 7). *Pengertian Instagram: Sejarah, Fungsi dan Manfaat*. Retrieved from Dianisa.com: <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>
- Bayu, D. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Brodie, R. J., & Hollebeek, L. D. (2016). *Customer Engagement: Contemporary Issues and Challenges*. New York: Routledge.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: SAGE Publications, Inc.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gani, A. G. (2018). Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya. *Journal Universitas Suryadarma*, 71-86.
- Gunelius, S. (2018). *How to Build Brand Engagement*. Retrieved from AYTm: <https://aytm.com/blog/how-to-build-brand-engagement-part-2/>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kemp, S. (2022, February 15). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved from DataReportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Khan, G. F. (2017). *Social Media for Government*. Singapore: Springer.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Kusuma, A. H., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Salmiah, A. R., . . . Simarmata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Lubis, M. S. (2018). Dampak Komunikasi dan Perubahan Sosial Bagi Pengguna Instagram. *Jurnal Warta Edisi*, 1-9.
- Market Research*. (2022). Retrieved from nbrii.com.
- Nummila, M. (2015). Successful Social Media Marketing (Case: @minoshoes). 56.
- Nummila, M. (2015). Successful Social Media Marketing on Instagram (Case: @minoshoes). *Journal of International Business*, 56.
- Pramesthi, N. A. (2022, May 12). *Kelebihan dan Kekurangan Instagram untuk Bisnis*. Retrieved from goldenfast.net:
<https://www.goldenfast.net/blog/kelebihan-dan-kekurangan-instagram/>
- Quinn, C. (2016). *Social Media Strategy Wheel*. Irlandia: Enable Marketing.
- Rana, A. (2022, April 24). Strategi Social Media Marketing dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus pada Instagram @Buavitaid). (F. Rkyatama, Interviewer)
- Report, W. A. (2022). *wearesocial.com*. Retrieved from Digital 2022 Global Overview Report: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022/>
- Riyanto, G. P. (2021, 12 15). *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Instagram Capai 2 Miliar?* Retrieved from Kompas.com:
<https://tekno.kompas.com/read/2021/12/15/12030047/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-instagram-capai-2-miliar-?page=all>
- Riyanto, G. P. (2021, Februari 23). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Retrieved from tekno.kompas.com:
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Rohman, F. (2022, April 4). *Brand Awareness Adalah Salah Satu Metode Pemasaran*. Retrieved from Katadata.co.id:
<https://katadata.co.id/agung/berita/624a5a9d6ef38/brand-awareness-adalah-salah-satu-metode-pemasaran-ini-penjelasan>
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Satori, D., & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Spacey, J. (2017, April 23). *11 Types of Brand Engagement*. Retrieved from simplicable.com: <https://simplicable.com/new/brand-engagement>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukmana, Y. (2021, Desember 14). *Kemenperin Sebut Ekspor Industri Makanan dan Minuman Melonjak 52 Persen*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/12/14/190144726/kemenperin-sebut-ekspor-industri-makanan-dan-minuman-melonjak-52-persen>
- Surokim. (2017). *Internet, Media Sosial dan Perubahan Sosial di Madura*. Madura: ASPIKOM.
- Sutabri, T., Wibowo, S., & Sahala, A. (2014). *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Swan, Y. (2021, November 25). *Konten: Pengertian, Jenis, dan 4 Strategi Konten Marketing*. Retrieved from Tedas.id: <https://tedas.id/bisnis/internet-marketing/konten/>
- Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., . . . Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social Media Marketing: 2nd Edition*. London: SAGE Publications Ltd.
- Widyasari, K. L., Nuranna, F. S., Sulasmi, A. L., Rokayah, Wihartono, W., Sinuraya, N. E., . . . Riswan, H. (2019). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.