

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, I. M. (2023, Januari 18). *Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia*. Retrieved from Goodstats.id:
<https://goodstats.id/infographic/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia-P5Hi2>
- Alfarizi, M. K. (2021, July 16). *TikTok Jadi Aplikasi Pertama di Luar Facebook Raih 3 Miliar Unduhan*. Retrieved from tempo.co:
<https://tekno.tempo.co/read/1483866/tiktok-jadi-aplikasi-pertama-di-luar-facebook-raih-3-miliar-unduh>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2021). *Statistik Telekomunikasi Indonesia*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Benni Handayani, F. M. (2020). Social Media Marketing sebagai Sarana Pengembangan Kewirausahaan berbasis Socio- technopreneurship di Universitas Islam Riau. *Jurnal Riset Komunikasi*.
- Bowden, J. (2021). Consumer engagement within retail communication channels: an examination of online brand communities and digital content marketing initiatives. *European Journal of Marketing*, 1412.
- Cahyadi, I. R. (2022, Agustus 23). *Tiga Seleb Tiktok Ramaikan Peluncuran 20 Koleksi Baru Jiniso*. Retrieved from Berita Satu:
<https://www.beritasatu.com/lifestyle/967665/tiga-seleb-tiktok-ramaikan-peluncuran-20-koleksi-baru-jiniso>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: SAGE Publications, Inc.
- Cuillierier, A. (2016). *Customer Engagement through Social Media*. Helsinki: Helsinki Metropolia University of Applied Sciences.
- Denzin, N. K. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research (5th ed.)*. Los Angeles: The Sage.
- Dewi, I. R. (2022, June 9). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* Retrieved from CNBC Indonesia:
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Jatmiko. (2015). Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Memperluas Pasar. *Jurnal Komunikasi*.
- Kumar, A. P. (2018). *Customer Engagement: Introduction and Organizing Framework*. USA: The Author(s).
- Mahdi, M. I. (2022, Febuari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Retrieved from DataIndonesia.id:
<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

- Muthia Azzahra Nurman, D. S. (2022). Pengaruh Penggunaan Daya Tarik Pesan terhadap Customer Engagement Followers pada Caption Akun Instagram Netflix Indonesia. *Jurnal Riset Komunikasi*.
- Pranoto, R. G. (2015). *Analisa Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya*. Retrieved from Jurnal Strategi Pemasaran: <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3370/3047>
- Pratama, K. R. (2022, Januari 3). *TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga Pada 2022*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022?page=all>
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Rizaty, M. A. (2023, May 19). *Per April 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>
- Robert W. Palmatier, V. K. (2018). *Customer Engagement Marketing*. Georgia: Palgrave Macmillan.
- Vanessya Berliana Nur Oktaviani, I. I. (2022). Strategi Pembentukan Customer Engagement Akun @ Kamargadget Melalui Campaign Team Han Ji Pyeong. *Jurnal Komunikasi*.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications Sixth Edition*. California: SAGE Publications, Inc.
- Żymkowska, K. (2019). *Customer Engagement in Theory and Practice*. Poland: Palgrave Macmillan.

