

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Phillip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua  
Belas, PT. Indeks, Jakarta
- Evi Rahmawati, Sanaji, 2015, Pengaruh *Costumer Engagement* Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada  
Loyalitas Merek.
- Buchari Alma, 2007, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, Edisi  
Revisi, CV Alfabeta, Bandung
- Shidri D. Vivek, 2012, *Costumer Engagement: Exploring Costumer  
Relationships Beyond Purchase*, Eastern Michigan University, Michigan, USA
- Aliza Sherman, Danielle Elliot Smith, 2011, *Social Media Engagement For  
Dummies*,
- Kotler, & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta:  
Erlangga
- Sugiyono, 2019, *Metodde Penelitian Pendidikan*, CV Alfabeta, Bandung
- Roderick J. Brodie & L Hollebeek, 2013, *Consumer engagement in a virtual  
brand community*, USA
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung:  
Alfabeta.

- Sona Rhei dan Mahandy Brillyanes Sanawiri, 2018, Pengaruh *Customer Engagement* Terhadap Kepercayaan Merek (Survei Pada *Followers Social Media* Instagram @strudelmalang), Jurnal Administrasi Bisnis, Malang
  
- Safitri Rohadian, 2019, Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus: online shop yang menjual produknya sendiri) , Jurnal of Entrepreneurship, Management, and Industry, Jakarta
  
- Meta Andriani dan Frisca Dwi Bunga, 2017, Faktor Pembentuk *Brand Loyalty*: Peran *Self Concept Connection*, *Brand Love*, *Brand Trust* Dan *Brand Image* (Telaah Pada Merek H&M Di Kota DKI Jakarta), STIE Indonesia Banking School, Jakarta
  
- Johan Ardi Limandono dan Diah Dharmayanti, 2018, Pengaruh *Content Marketing* Dan *Event Marketing* Terhadap *Customer Engagement* Dengan *Sosial Media Marketing* Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City, Universitas Kristen Petra, Surabaya