

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Nugroho, 2006. *Ecommerce memahami perdagangan modern di dunia maya*. Informatika Bandung.
- Adityo, Benito. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online* di situs Kaskus. **Skripsi**. Semarang.
- Ali, Hasan, 2013. *Marketing dan kasus kasus pilihan*. Yogyakarta . CAPS ( *center for academic publuching service*).
- Astuti, Dr. Miguna S.Si dan matondang nurhafifah s.kom, 2020 . *Manajemen pemasaran umkm dan digital*. Deepublish. Yogyakarta.
- Brodie, R & hollebeck, L.D Ilie, A. & Juric, B (2011). *Customer engagement : conceptual domain, fundamental proposition & implicationfor research in service marketing, journal of servise research*, 14(3), 252.
- Dino market, jumlah pengguna internet aktif. [www.dinomarket.com](http://www.dinomarket.com).
- Durianto, sugiarto, 2004. *strategi menaklukan pasar melalui riset, ekuitas dan perilaku merek*. gamedia pustaka. Jakarta.
- Evi, Rahmawati, 2015. Pengaruh *customer engagment* terhadap kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek serta dampaknya pada loyalitas merek. *Jurnal*. Universitas negeri surabaya. Surabaya.
- Tjiptono, 2015. *Strategi pemasaran*. Cv andy offset. Jakarta.
- Fitria halim, sherly, dan acai sudirman, 2020 . *Marketing dan Social media*. Media sains Indonesia. Bandung.
- J. Setiadi, Nugroho. (2008). *Perilaku konsumen*. Penerbit Kencana. Jakarta.
- Kevin kam fung so, 2014. Meningkatkan hubungan pelanggan dengan layanan ritel merek: peran keterlibatan pelanggan. *Jurnal*. University of colombia. Amerika serikat.
- Kotler, philip dan gary amstrong. 2012. *Prinsip prinsip pemasaran*. edisi 13 jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Kotler dan kevin lane keller. 2012. *Manajemen pemasaran* edisi ke 13 jilid 2. Jakarta. Erlangga.
- Mohammad trio, debby, 2018. Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal*. Univeristas universal.

Nasrullah, R. (2015) *Media sosial perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Jakarta : Simbiosis Rekatama Media.

Odytri, mahayani, 2019. Pengaruh *customer engagement* melalui media sosial terhadap kepercayaan merek ( studi kasus : Instagram shopee). *Jurnal. Universitas brawijaya*. Malang.

Philip kotler, kevin lane keller, 2008. *Manajemen pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Prof. H. Buchari alma, 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta. Bandung.

Prof. H. Imam ghozali, 2018. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan penerbit universitas diponegoro. Semarang.

Prof. Sugiyono, 2015. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Puntoadi, Danis. *Menciptakan penjualan melalui sosial media* . Jakarta : PT Elex Computindo. 2011.

Schifman, kanuk, 2004. *Analisa marketing MIX, lingkungan sosial, psikologi terhadap keputusan pembelian online*. Jakarta.

Utami, agustin dyah dan triyono, 2012. *Pemanfaatan Blackberry sebagai sarana Komunikasi dan penjualan batik online dengan sistem dropship di batik solo 85..*

www.Detik inet, Jumlah pengguna internet di indonesia tahun 2020.

#### **JURNAL TERDAHULU :**

Mia setiawati, 2009. *Pengaruh media sosial terhadap minat beli konsumen( studi kasus mahasiswa manajemen universitas pasir pengairan )*. Universitas pasir pengairan. Riau.

Claudia, muslimawati, 2017. *Pengaruh promosi melalui media sosial dan kesadaran merek terhadap minat beli air minum dalam kemasan dengan merek aqua pada mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNS*. Universitas sebelas maret. Solo.

Wulandari Ayu, 2020. *Pengaruh Service Quality Dan Customer Engagement Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk PT BCA*.

Putri, sugianto, 2016. *Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli*. universitas ciputra. Surabaya.

Fahildatus, Trianan, 2020. *Pengaruh promosi melalui media sosial instagram terhadap minat beli pada kedai sini kopi jember*. Universitas muhammadiyah jember. Jember

Kevin kam fung so, 2014. *Meningkatkan hubungan pelanggan dengan layanan ritel merek: peran keterlibatan pelanggan*. University of colombia. Amerika serikat.