

Daftar Pustaka

Buku

- Afifuddin, H., & Saebani, B. A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, CV. Pustaka Setia: Bandung.*
- Bogdan, R., Taylor, S. J., & Taylor, S. S. (1975). *Introduction to qualitative research methods: A phenomenological approach to the social sciences.* Wiley-Interscience.
- Desthiani, U., & Suwandi. (2019). *MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) Cetakan Pertama.* Pamulang: Universitas Pamulang.
- Gunawan, I. (2013). *Metode penelitian kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara, 143.*
- Hamidi, D. (2007). *Metode penelitian dan Teori komunikasi. Pendekatan Praktis Penulisan.*
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Test Item File [to Accompany] Principles of Marketing, [by] Philip Kotler, Gary Armstrong.* Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Ketiga Belas.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lexy, J. M. (2002). *Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- Pike, S. (2007). *Destination marketing organisations.* Routledge.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi pemasaran era digital. Jakarta: Prisani Cendekia.*

- Ryan, D. (2014). *The best digital marketing campaigns in the World II*. Kogan Page Publishers.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Winardi, J. (2001). *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen, Cet. I*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Non Buku

- Andriyanto, R. D., & Haryanto, J. O. (2010). *Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 9(1).
- Beckers, S. F. M., Doorn, J. van, & Verhoef, P. C. (2017). Good, better, engaged? The effect of company-initiated customer engagement behavior on shareholder value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(3), 366–383. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0539-4>
- Bonsón, E., & Ratkai, M. (2013). A set of metrics to assess stakeholder engagement and social legitimacy on a corporate Facebook page. *Online Information Review*.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence; Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing; Fifth Edition*.
<https://doi.org/10.4324/9781315640341>
- Chrisofer, A. (2019). Pengaruh Kerjasama dengan Pemasok dan Konsumen terhadap Keberhasilan Kewirausahaan melalui Inovasi pada IKM Logam di

Ngingas Kabupaten Sidoarjo. *Agora*, 7(1).

David, F. R. (2008). *Strategic Management: Concepts And Cases 12Th Ed.*

Prentice-Hall Of India Pvt. Limited.

<https://books.google.co.id/books?id=GUvwygAACAAJ>

Juliyansi, M. F., & Suryawardani, B. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Bonding Terhadap Purchase Intention pada Tunas Daihatsu Soekarno-Hatta Bandung Tahun 2019. eProceedings of Applied Science*

Kurniawan, P. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pemasaran Modern pada Batik Burneh. Competence : Journal of Management Studies*

Lestiana, N. (2016). *Aktifitas Promosi Kuliner Melalui Media Sosial Instagram.*

Littlejohn, S. W., & Karen, A. (2009). Foss. *Teori Komunikasi Edisi, 9.*

Mulya, Annisa Kesuma Pratiwi (2019). *Evaluasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Pada Travel Alesha Wisata Bengkulu.*

Praharjo, A. (2019). *Perilaku Pembelian secara online generasi milenial Indonesia. Media Ekonomi, 19(01), 222-230.*

Neti, S. (2011). *Social Media And Its Role In Marketing. International Journal of Enterprise Computing and Business Systems. (Vol. 1 Issue 2 July)*

Nurgiyantoro, B. (2004). *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial.*

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1-17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>*

- Rahman, A. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Mahar Agung Organizer dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Melalui Instagram*. Skripsi. Universitas Airlangga. Surabaya
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. 2019. Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(11), 6721-6740.
- Santoso, Amanda P. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*. Skripsi Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Setyawati, N. J. D. (2020). Interaksi Pengguna dan Jasa Pernikahan Di Instagram sebagai Alternatif Pencarian Informasi. In *Jurnal Bisnis Strategi*(Vol. 29, Issue 2).
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion/por Terence A Shimp*. (Issue 658.8 S45.).
- Syarifa, C., & Kusuma, D. (2019). Mice-Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia In *Edisi Agustus: Vol. XVI* (Issue 2).
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. In *JOM Fisip* (Vol. 4, Issue 2).
- Wati, D. E. (2012). *Peran Mice dalam Mendukung Perkembangan Industri Pariwisata di Surakarta (Studi dalam tahun 2009-2011)*.

Situs Internet

- BBC.com. (2019). Mana yang lebih kuat di Instagram: Foto atau teksnya?.<https://www.bbc.com/indonesia/vert-cul-50848852>
- Bohang, F. K. (2018). *Juni 2018, Pengguna Aktif Instragram Tembus 1 Miliar*.
<https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-Instagram-tembus-1-miliar>
- Carter, B. (2018). *Wjhat is The Definition of Customer Engagement?*
<https://blog.accessdevelopment.com/what-is-the-definition-of-customer-engagement>
- Ihsanuddin. (2020). *Jokowi: Kerja dari Rumah, Belajar dari Rumah, Ibadah di Rumah Perlu Digencarkan*.
<https://nasional.kompas.com/read/2020/03/16/15454571/jokowi-kerja-dari-rumah-belajar-dari-rumah-ibadah-di-rumah-perlu-digencarkan>
- Jawapos.com. (2021). Konsep Intimate Wedding Jadi Favorit Saat Pandemi, Simak 5 Tipsnya. <https://www.jawapos.com/lifestyle/17/06/2021/konsep-intimate-wedding-jadi-favorit-saat-pandemi-simak-5-tipsnya/>.
- Omnicores. (2021). *Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts*.
<https://www.omnicoreagency.com/Instagram-statistics/>
- Richard, M. (2019). *Industri Event Organizer Diproyeksi Tumbuh 20% Tahun Ini*.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproyeksi-tumbuh-20-tahun-ini>
- Shalihah, N. F. (2020). *Total 1,9 Juta Pekerja Di-PHK dan Dirumahkan akibat Pandemi Virus Corona*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/19/081000465/total-19-juta->

pekerja-di-phk-dan-dirumahkan-akibat-pandemi-virus-corona?page=all

Statistica. (2021). *Number of monthly active Instagram users from January 2013 to June 2018 (in millions)*. Retrieved May 1, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-Instagram-users/>

Widya, A. (2021). *Sempat Sepi, Begini Strategi Bisnis Wedding organizer Bertahan di Tengah Pandemi*. <https://www.parapuan.co/read/532717421/sempat-sepi-begini-strategi-bisnis-wedding-organizer-bertahan-di-tengah-pandemi?page=3>