

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. 2023. *Customer Engagement dalam Pemasaran Digital*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Brodie, R. J. et. al. 2011. Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Service Research*.
- Brodie, R. J. et. al. 2011. Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Service Research*.
- Brodie, R. J. et. al. 2013. Consumer Engagement in a Virtual Brand Community. *Journal of Business Research*.
- Creswell, J. W. 2013. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Damayanti, D. et. al. 2021. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Dessart, L., Veloutsou, C., dan Morgan-Thomas, A. 2015. Consumer Engagement in Online Brand Communities. *Journal of Product & Brand Management*.
- Fayol, H. 2011. *General and Industrial Management*. London: Pitman Publishing.
- Frank, S. 1992. Transaction Cost as Determinants of Vertical Coordination in US Food Industries. *American Journal of Agricultural Economics*, 74(5), 941–950.
- Gnawali, A. 2022. Quantitative Research Methods in Social Science. *International Journal of Research Methodology*.
- Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

- Haradhan, M. 2020. Quantitative Research: Methods and Techniques. *Research Gate Publication*.
- Hasibuan, M. S. P. 2016. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. P. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hellier, P. K. et. al. 2003. Customer Repurchase Intention. *European Journal of Marketing*.
- Hollebeek, L. D. 2011. Exploring Customer Brand Engagement. *Journal of Strategic Marketing*.
- Hollebeek, L. D. 2011. Exploring Customer Brand Engagement: Definition and Themes. *Journal of Strategic Marketing*.
- Ismail dan Sri. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Jamila, M. dan Rubedo, H. 2025. Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Jamila, M. dan Rubedo, H. 2025. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repurchase Intention melalui Brand Image pada Pengikut Instagram Kedai Kopi Kulo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Kader, Mukhtar Abdul dan Setianingsih, Wiwin. 2018). Penerapan Digital marketing Melalui Fans Page Untuk Mentarget Pasar Sasaran Pada Usaha Mikro Di Desa Cicapar. *Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen, Vol 05, No. 01*.
- Kaplan, A. M. dan Haenlein, M. 2014. Social Media Strategy and the Information Overload Problem. *Business Horizons*.
- Kaplan, A. M. dan Haenlein, M. 2014. Social Media Strategy and the Information Overload Problem. *Business Horizons*.
- Kaplan, A. M. dan Haenlein, M. 2014. Social Media Strategy and the Information Overload Problem. *Business Horizons*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2023. *Laporan Kinerja Sektor Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2023. *Laporan Kinerja Sektor Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner*. Jakarta: Kemenparekraf.

- Kittur, S. 2023. Quantitative Research Methodology and Data Analysis. *Journal of Social Research Method.*
- Kodir, A. 2005. Pengaruh Biaya Product Design terhadap Peningkatan Volume Penjualan. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak diterbitkan.
- Kodir, A. 2005. Pengaruh Biaya Product Design terhadap Peningkatan Volume Penjualan. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak diterbitkan.
- Kotler, P. 2015. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. 2015. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke-15. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke-15. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke-15. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2020. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., dan Chernev, A. 2021. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, R. 2022. *Manajemen Pemasaran Digital*. Jakarta: Salemba Empat.
- Megantara, I. 2016. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi*.
- Nafisah, S. dan Widyayanti, R. 2018. Analisis Social Media Marketing. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Nazir, M. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ningrum, E. D. K. dan Arif, M. E. 2022. Pengaruh Customer Engagement terhadap Repurchase Intention melalui Customer Equity. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Ningrum, E. D. K. dan Arif, M. E. 2022. Pengaruh Customer Engagement terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Oliver, R. L. 1999. Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*.

- Puji, R. 2022. *Customer Engagement dan Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Puji, R. 2022. *Customer Engagement dan Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Putri, G. A. A. W. P. dan Jatra, I. M. 2024. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repurchase Intention dengan Brand Image sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen*.
- Salvador-Oliván, J. A., Marco-Cuenca, G., dan Arquero-Avilés, R. 2021. The Survey Method in Quantitative Research. *Journal of Information Science*.
- Singh, Y. K. dan Singh, R. 2015. *Research Methodology*. New Delhi: APH Publishing Corporation.
- Stratton, S. J. 2015. Survey Research: Principles and Applications. *Prehospital and Disaster Medicine*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syahbani, M. dan Widodo, A. 2017. Pengaruh Media Sosial terhadap Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*.
- Syamsudin dan Vismaia, S. D. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. dan Diana, A. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tuten, T. L. dan Solomon, M. R. 2017. *Social Media Marketing*. London: Sage Publications.
- Tuten, T. L. dan Solomon, M. R. 2018. *Social Media Marketing*. London: Sage Publications.
- We Are Social dan Meltwater. 2024. *Digital 2024: Indonesia*. Tersedia: <https://www.datareportal.com> . Diakses 10 Januari 2025.
- We Are Social dan Meltwater. 2024. *Digital 2024: Indonesia*. Tersedia: <https://www.datareportal.com> [Diakses 10 Januari 2025]
- Wijaya, T. dan Sugiharto. 2015. Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Pemasaran*.
- Yusuf, M. et. al. 2023. Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Organisasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*.