

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Ahmadi dan Hermawan. 2013. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Alderfer, Clayton P., 2004. An Empirical Test of a New Theory of Human Needs; *Organizational Behaviour and Human Performance*, Vol. 4, No. 2.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bamini KPD Balakrishnan, Mohd Irwan Dahnail, dan Wong Jiunn Yi.2014. “The Impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand Loyalty Among Generation Y”. *Procedia – Social and Behavioral Scinces*, 00 (2012) 000-000.
- Bonson, E. dan Ratkai, M. 2013. A Set of Metrics to Assess Stakeholder Engagement and Social Legitimacy on A Corporate Facebook Page. *Online Information Review*, pp. 787-803.
- Cook, Sarah. 2011. *Customer Care Excelent : How to Create an Effective Customer Focus*. London: Kogen Page
- Darmawan, Andri. 2013. Efektivitas Promosi Ditentukan 6 M. Sumber <<http://www.marketing.co.id/efektivitas-promosi-ditentukan-6-m/>>
- Dave Chaffey. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. (England: Pearson Education Limited,2015), hlm.18
- Dewi Priyatno, 2008, *Mandiri Belajar SPSS - Bagi Mahasiswa dan Umum*, Yogyakarta: MediaKom
- Ebbert & Griffin. 2014. *Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Falls, Jason. Defining Engagement. [https://socialmediaexplorer.com/content.sections/news-and-noise/defining engagement/](https://socialmediaexplorer.com/content.sections/news-and-noise/defining-engagement/). Diakses pada 24 November 2020 Pukul 21.17 WITA

- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*.
- Flew, T. 2008. *New Media : an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Griffin, Ricky W & Elbert, Ronal J. 2007. *Bisnis Edisi Kedelapan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Hamidati, Anis. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Herliani, Lia. 2015. "Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi
- Hidayah, Nurul & Esfandari, Diah Agung. 2019. Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Akun @Duniakulinerbdg Terhadap Minat Penggunaan Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner. Volume VI No. 1. Bandung: e-Proceeding of Management
- Hidayat, Faris Tri dan Poppy Febriana. (2014). Promosi Online Pada Indie Clothing Inspired27 Malang. KANAL Vol. 2 No. 2, Hal 107-206.
- Hollebeek, L. D. (2011) Demystifying Customer Brand Engagement: Exploring the Loyalty Nexus. *Journal of Marketing Management*, 27 (7-8), pp. 785
- <http://duffy.agency/insight/what-is-online-engagement>. Diakses pada 24 November 2020 Pukul 22.35 WITA
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Marketing Klasik Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Kompasiana. Media Sosial Sebagai Media Baru Dalam Usaha Kuliner. kompasiana.com/putrynadiasafira3957/5b4df89f6ddcae2eb669c112/media-sosial-sebagai-media-baru-dalam-usaha-kuliner?page=all Diakses pada 7 September 2020 Pukul 22:59 WITA
- Kotler & Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2016. *Marketing Management Edition 15*. United Kingdom: Pearson Education, Inc.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.

- Lee, Monle & Jhonson, Charla. 2011. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global, Jakarta: Kencana.
- Maoyan *et al.* 2014. "Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing". *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 5 No. 10 (1), p. 92-97
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Terjemahan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, 1987. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
- Napoleoncat. <https://www.napoleoncat.com> Diakses pada 23 September 2020 Pukul 17.45 WITA
- Nasution. 2003. Metode Penelitian Naturalistik Kuantitatif. Bandung: Tarsito.
- Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Powers, T., Advincula, D., Austin M, Graiko S., & Snyder, J. 2012. *Digital and Social Media in The Purchase Decision Process*. Journal of Advertising Research.
- Simarmata, Janner. 2000. Pengenalan Teknologi Komputer dan Informasi Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sule, Ernie Tisnawati & Saefullah, Kurniawan. 2005. *Pengantar Manajemen Edisi Pertama*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. Panduan Optimalisasi Media Sosial. Jakarta. Hal. 25-57
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Tripathi, M. N. (2009). Customer Engagement - Key to Successful Brand Building. Vilakshan: The XIMB Journal of Management.

Watie, Errika Dwi Setya. 2016. *Penelitian Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*. Semarang: Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi.

We Are Social. <https://www/wearesocial.com> Diakses pada 23 September 2020 Pukul 17.17 WITA

Widodo. 2017. *Metodologi Penelitian, Populer & Praktis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Kuesioner

KUISIONER PENELITIAN
EFEKTIVITAS FREKUENSI PENGGUNAAN INSTAGRAM
@JAJANAN_MAKASSAR SEBAGAI MEDIA PROMOSI TERHADAP
PENINGKATAN KETERLIBATAN PELANGGAN (*ENGAGEMENT*
***FOLLOWERS*)**

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Apakah anda memiliki akun sosial media Instagram ?
 - a. Iya
 - b. Tidak
5. Apakah anda mengikuti akun sosial media Instagram @jajanan_makassar ?
 - a. Iya
 - b. Tidak
6. Berapa kali dalam sehari anda mengakses Instagram @jajanan_makassar ?
 - a. 1 kali sehari
 - b. 3 kali sehari
 - c. 5 kali sehari
 - d. >5 kali sehari
7. Berapa lama durasi rata-rata anda membuka postingan Instagram @jajanan_makassar ?
 - a. <1 menit
 - b. 1-30 menit
 - c. 30 menit – 1 jam
 - d. >1 jam
8. Berapa postingan Instagram @jajanan_makassar yang anda lihat dalam sehari ?
 - a. 1 postingan
 - b. 3 postingan
 - c. 5 postingan
 - d. >5 postingan

Petunjuk Pengisian :

- Berilah tanda (×) pada jawaban yang anda pilih
- Diharapkan pertanyaan dijawab dan tidak ada yang terlewatkan
- Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan sebenarnya
- Adapun alternatif jawabannya adalah:

STS = Sangat Tidak Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

RG = Ragu-ragu

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
Dimensi Emphaty						
9	Apakah promosi yang dilakukan oleh akun @jajanan_makassar berkesan ?					
10	Apakah penggunaan bahasa yang digunakan akun Instagram @jajanan_makassar pada deskripsi produk mudah dimengerti?					
11	Apakah unggahan produk kuliner yang tersaji pada akun Instagram @jajanan_makassar sudah dikemas secara menarik?					
Dimensi Persuasion						
12	Apakah akun @jajanan_makassar mampu meyakinkan <i>followers</i> agar membeli produk yang dipromosikan ?					
13	Apakah isi informasi produk yang disajikan akun Instagram @jajanan_makassar sudah sesuai dan berdasarkan fakta yang ada?					
14	Apakah anda pernah melakukan pembelian produk setelah melihat promosi yang diunggah akun Instagram @jajanan_makassar?					
Dimensi Impact						
15	Apakah terpenuhi informasi produk anda terhadap promosi					

	yang dilakukan akun @jajanan_makassar?					
16	Apakah akun Instagram @jajanan_makassar lengkap dalam update informasi promosi?					
17	Apakah informasi yang disajikan oleh akun Instagram @jajanan_makassar memberikan pengetahuan baru kepada <i>followers</i> tentang fungsi/manfaat suatu produk yang dipromosikan?					
Dimensi Communication						
18	Apakah informasi yang disajikan akun Instagram @jajanan_makassar sudah lengkap dan beragam?					
19	Apakah tampilan iklan pada akun Instagram @jajanan_makassar menggunakan simbol dan warna yang jelas sehingga mampu menyampaikan isi pesan ?					
20	Apakah setelah mengakses akun Instagram @jajanan_makassar anda mampu mengingat isi pesan yang disampaikan?					

21. Apa kritik anda terhadap Instagram @jajanan_makassar ?

22. Apa saran anda terhadap Instagram @jajanan_makassar ?

Lampiran 2

Uji Realibilitas *Emphaty*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Apakah promosi yang dilakukan oleh akun @jajanan_makassar manarik untuk anda	8.57	.723	.626	.693

Apakah penggunaan bahasa yang digunakan akun instagram @jajanan_makassar pada deskripsi produk mudah dimengerti	8.63	.770	.589	.734
Apakah unggahan produk kulier pada akun instagram @jajanan_makassar sudah dikemas secara menarik	8.47	.726	.638	.681

Uji Realibilitas *Persuasion*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Apakah akun @jajanan_makassar mampu meyakinkan followers untuk	8.06	.761	.651	.305

membeli produk yang dipromosikan				
Apakah isi informasi produk yang disajikan akun instagram @jajanan_makassar sudah sesuai berdasarkan fakta yang ada	8.11	1.045	.498	.553
Apakah anda pernah melakukan pembelian produk setelah melihat promosi yang diunggah akun instagram @jajanan_makassar	8.11	1.045	.321	.778

Uji Realibilitas *Impact*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Apakah terpenuhi informasi produk anda terhadap promosi yang dilakukan akun instagram @jajanan_makassar	8.20	1.047	.629	.430

Apakah akun instagram @jajanan_makassar lengkap dalam update informasi	8.17	.852	.547	.552
Apakah informasi yang disajikan oleh akun instagram @jajanan_makassar memberikan pengetahuan baru kepada followers mengenai manfaat produk yang di promosikan	8.03	1.440	.373	.735

Uji Realibilitas *Communication*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Apakah akun instagram @jajanan_makassar memberikan informasi yang beragam	8.03	1.146	.702	.469
Apakah tampilan iklan pada akun instagram	8.00	1.059	.578	.606

<p>@jajanan_makassar menggunakan symbol dan warna yang jelas sehingga mampu menyampaikan isi pesan</p>				
<p>Apakah setelah mengakses akun instagram @jajanan_makassar anda mampu mengingat isi pesan yang disampaikan</p>	8.26	1.373	.399	.808