

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadi, R., Silitonga, P., & Kristiadi, A. A. (2021). Pengaruh Social Media Customer Engagement Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas terhadap Perguruan Tinggi. *Widya Manajemen*, 3(2), 166–177.
- Dwi, U., Kholif, N., Widaningsih, S., & Culture, B. R. (2023). *Analisis Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Science Center Di Kabupaten Bandung Tahun 2022) Analysis of the Effectiveness of Marketing Communications Through Instagram Social Media (Case Study at the Bandu*. 9(2), 551–554.
- Elmunsyah, H., & Fahmi, A. (2018). TEKNO Jurnal Teknologi Elektro dan Kejuruan Implementasi algoritma simple additive weighting untuk menentukan reviewer PKM pada portal PKM di Universitas Negeri Malang. *Jurusan Teknik Elektro*, 28(2), 149–165.
- Hartanto, B., & Yudanto, B. W. (2021). Sistem Seleksi Calon Siswa Bidik Misi Menggunakan Metode Simple Additive Weighting. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIKOMSiN)*, 9(1), 69. <https://doi.org/10.30646/tikomsin.v9i1.549>
- Haruman, B. (2019). *Pembangunan Tools Customer Engagement Pada Social Media Instagram Untuk Akun Bisnis*. 8–45.
- Jayasingh, S., Thiruvankadam, T., & Arunkumar, S. (2018). Post content and its effect on consumer engagement rate in Indian life insurance Facebook brand pages. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(2), 795–799 Jayasingh, S., Thiruvankadam, T., Arunkum. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.11235>
- Morales, E. (2019). *How To Properly Measure Your Instagram Engagement Numbers*. Better Marketing.
- Napoleon Cat. (2023). *Instagram users in Indonesia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/04/>
- Niagahoster. (2023). *Apa Itu Website? Pengertian, Fungsi, Sejarah, Unsur, Jenisnya*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/pengertian-website/>
- Pradipta, M. B., & Praningki, T. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Mekanik Terbaik Menggunakan Metode Simple Additive Weighting. *CAHAYAtch*, 7(2), 135. <https://doi.org/10.47047/ct.v7i2.100>

- PUSPITA, A. N. (2022). *Pengaruh Konten Instagram @Jogjafoodhunter Terhadap Minat Beli Followers Dan Tingkat Popularitas Tempat Kuliner Di Kota Yogyakarta*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/40289>
- Rachmadhaniyati. (2021). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9, 1124–1137.
- Raufani, H., & Munggaran, L. C. (2023). Implementasi Metode Simple Additive Weighting pada Sistem Pendukung Keputusan Endorsement Melalui Instagram. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 9(2), 174–183. <https://doi.org/10.34128/JSI.V9I2.481>
- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. *Italian Journal of Marketing*, 2021(3), 267–292. <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00035-8>
- Wahyudi, W., Santony, J., & Nurcahyo, G. W. (2020). Akurasi Keputusan dalam Penentuan Guru Berprestasi dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 2(2017), 9–14. <https://doi.org/10.37034/jsisfotek.v2i1.15>
- Wati, E. F. (2021). Penerapan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Dalam Menentukan Lokasi Usaha. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 5(1), 241–245.
- Yuanita, D. (2021). Peran key opinion leader dalam strategi public relations pada komunikasi krisis perusahaan. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.29693>