

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdil Zadli Arif Rahman Dinda Amanda Zuliestiana, S. M. (Agustus 2019). Pengaruh *Social media Marketing* melalui Official Account Line Starbucks Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Di Kota Bandung. e- Proceeding of Management, 2773-2779.
- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman, Nana Herdiana dan Sanusi, Achmad. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Adi Wahyu Nugroho, B. S. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. Diponegoro Journal Of Management, 1-9.
- Ahmad Syaifulloh Imron, Niken Hendrakusma Wardani, Retno Indah Rokhmawati. (September 2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi *Online* (Go-Jek Indonesia). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, 2570-2578.
- Ani Lestari, Edy Yulianto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang. Jurnal Administrasi Bisnis, 74-81.
- Auza Nabila Syaeful, Sulaiman. (Agustus 2018). Pengaruh Upaya Pemasaran Media Sosial Terhadap Tanggapan Konsumen Yang Dimediasi Ekuitas Merek Pada Pengguna Produk Miniso Di Kota Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, 29-37.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. Journal of personality and Social Psychology, vol 51, 1173-1182.
- Chris Heuer dalam Solis. (2010). Engage: The Complete Guide for *Brands* and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. New Jersey, Canada.
- Clark, M., & Melancon, J. (2013). The Influence of *Social media* Investment on Relational Outcomes: A *Relationship Marketing* Perspective. International Journal of *Marketing Studies*, 5, 132-142.
- Deva Fajri, J. J. (3 Agustus). Pengaruh *Social media Marketing* Dan Promosi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Pengalaman Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Maskapai Penerbangan Airasia Di Banda Aceh. umal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, 36-48.
- Dewi untari, dewi indah fajarlana. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada akun @subur\_batik). jurnal sekretari dan manajemen, 271-278.

Dharmanyanti, Diah, 2006 Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya).

Faradina, A. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1-18.

Ghozali, Imam. (2006). Analisis Multivariat Dan Percobaan Dengan SPSS. Edisi Pertama. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.

Giri Maulana Arief<sup>1</sup> dan Heppy Millianyani. (2015). pengaruh sosial media *Marketing* melalui Instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe. *E-proceeding of management*, 2581-2587.

Gurnelius, S. (2011). *30-Minute Social media Marketing*. United States: Mcgraw-Hill Companies.

Hanaysha, J. R. (2017). Impact Of *Social media Marketing*, Price Promotion, And Corporate Social Responsibility On Customer Satisfaction. *Jindal Journal Of Business Research*, 6, 1-14.

Herawati dan Halim, 2008, Analisis hubungan antara Customer value, Customer satisfaction, dan Switching Cost terhadap Customer Loyalty (Studi kasus perpindahan GSM keCDMA pada Mahasiswa di Depok), *Jurnal Eksekutif*, Vol. 3 No. 2, Agustus 2006. Hal. 97–104

Index, T. B. (2020). *Top Brand Index*.

Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika. Bandung: Refika Aditama

Irem Eren dan Cicek, Mesut. 2012. The Impact Of *Social media Marketing* On *Brand Loyalty*, *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 58 1353 -1360

Jakarta: Salemba Empat.

Jamilah, dan Handayani. 2016. Analysis on Effects of *Brand Community* on *Brand Loyalty* in the *Social media*: A Case Study of An *Online Transportation (UBER)*, *kotaCSIS* 2016 239 – 244

Jasinta Livy Walangare, Silcyljeova Moniharapon, Ferdy Roring. (Januari 2019). Analisis Pengaruh Faktor Kepuasan, Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di The *Coffee Bean Mantos*. *Jurnal EMBA*, 581-590.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Jakarta: Erlangga

.Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. (2016). *Principles of Marketing*. 16th Edition. England: Pearson Education Limited.

Kotler, Phillip, Bowen, John T., dan Makens, James C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education Inc.

Lovelock, Chirstoper dan Jochen Wirtz. (2011). *Service Marketing*. New Jersey USA: Pearson

Lupiyoadi, R. (2013.). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi edisi 3.

Maholtra, N. K. (2006). Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 2. Jakarta: Pt Indeks.

Ma'ruf, Jasman J (2005) Riset Perilaku Konsumen: Niat membeli Melalui Internet. Darussalam, Banda Aceh: Program Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala.

Maylina, Wenny, 2003, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan terhadap Merek pada konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya. Jurnal Ventura Volume 6, Surabaya Lupiyoadi, Rambat, 2001, Manajemen Pemasaran Jasa, Penerbit Salemba Empat. Fajar, Laksana, 2008, Manajemen Pemasaran, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Meatry Kurniasari<sup>1</sup>, Agung Budiarmo. (Maret 2018). Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO *Donuts & Coffee* Semarang. Jurnal Administrasi Bisnis, 25-31.

Minkiewicz, J., Evans, J., Bridson, K., & Mavondo, F. (2011). Corporate image in the leisure services sector. *Journal of Services Marketing*, 25, 190-201.

Moh. Faidol Juddi, Yanti Setianti. (Juli 2019). *Brand Strategy J.CO Donuts Indonesia* (Analisis Upaya J.CO *Donuts* dalam Menjadi Top *Brand* di Segmen Donat Indonesia). Bandung: Aksel Media Akselerasi.

Mowen, John C dan Minor, Michael. (2002). Perilaku Konsumen. Erlangga: Jakarta.

Mullin, R., & Cummins, J. (2010). Sales Promotion: How To Create, Implement And Integrate Campaigns That Really Work (4th Ed). UK: Kogan Page Publishers.

Noeraini, I. A. (Mei 2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 1-17.

Nova Mei Marliya, Wahyono. (2016). Membangun (dewi untari, dewi indah fajarlana, 2018) Consumer Loyalty Melalui *Social media*. Management Analysis Journal, 203-2014.

Pratama, Dimas Eka. 2016. Pengaruh *Social media Marketing* Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pelanggan Pengakses Fanpage Air Asia Indonesia di Kota Malang). Jurnal FEB. UB. Vol 5, No.1.

Priansa, Donni Juni. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta

Priyatno, Duwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: Andi Offset.

Robinette, Scott. *Brand*, Claire & Lenz, Vicki. 2001. *Emotion Marketing: The Hallmark Way Of Winning Customers For Life*. New York: McGraw Hill.

Ruri Anggraeni, L. D. (Oktober 2019). Analisis Pemanfaatan *Social media Marketing* Terhadap Customer Loyalty Yang Menggunakan *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 445-455.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: Free Press

Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat

Septiana. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Loyalitas Merek (Survey Pelanggan pada Delima Hijab Bandung). *Prosiding Manajemen*, 465-469.

Srivastava, M., & Kaul, D. (2014). Social Interaction, Convenience And Customer Satisfaction: The Mediating Effect Of Customer Experience. *Journal Of Retailing And Consumer Services*.

Statistik, B. P. (2016). *HASIL PENDAFTARAN USAHA/PERUSAHAAN SENSUS EKONOMI 2016*. Indonesia : Badan Pusat Statistik.

Sugiono, P. D. (2007). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: alfabeta bandung. Tjiptono, F. (2015 Edisi 4: And). *Strategi Pemasaran*.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. Suryadhinata, Ryan Hegar. 2015. Pengaruh *Social media Marketing* Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengakses Akun Twitter Garuda Indonesia @IndonesiaGaruda Di Kota Malang). *Jurnal FEB. UB. Vol 4, No. 3*.

Venkat, R. (2007). Impact Of Customer Experience On Satisfaction, *Brand Image And Loyalty: A Study In A Business-To-Business Context*. Sobey School of Business, 101-114.

We Are Social. 2016. *Digital, Social, and Mobile in 2016*. <http://wearesocial.net/> [Diakses 16 Agustus 2020]

[www.goodnewsfromindonesia.com](http://www.goodnewsfromindonesia.com)

[www.J.CODonuts.com](http://www.J.CODonuts.com). (2020).

