

DAFTAR PUSTAKA

- Barati, M., Jafari, D., & Moghaddam, S. (2015). Investigating the Effect of Types of Relationship Marketing in Customer Loyalty by using Structural Equation Modeling (SEM). *International Journal*, 2(2). https://www.researchgate.net/profile/Davood-Jafari-2/publication/303549470_796-2245-1-PB/data/5748003b08aef66a78b085c6/796-2245-1-PB.pdf
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective* (10 ed.). McGraw-Hill Education. https://books.google.com/books/about/Advertising_and_Promotion.html?hl=id&id=0z_IoAEACAAJ
- Bilika, F., Safari, M., & Mansori, S. (2016). Service quality and customer satisfaction in Mozambique banking system. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 1(3). <https://journal-of-marketing-management-and-consumer-behavior.com/index.php/JMMCB/article/view/17>
- dataindonesia.id. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- McQuail, Denis., 1983. *Mass Communication Theory*. Sage Publications. University of Michigan, United States of America.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *BUKU AJAR MANAJEMEN DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN*.
- Effendi, M. (2007). PARADIGMA PENELITIAN KOMUNIKASI. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2). <https://doi.org/10.24090/KOMUNIKA.V1I2.796>
- Erha Ultimate. (2022). *Erha Ultimate Website*. <https://erhaultimate.co.id/>
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty How To Earn it, How To Keep It I*. McGraw-Hill
- Ghozali, H. I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Dalam *International Journal of Physiology* (Ed. 7). Badan Penerbit Undip.

- Ghozali, H. I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9. Dalam *International Journal of Physiology*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program amos 24 update bayesian sem: imam ghozali (7 ed.)*. Universitas Diponegoro. https://digilib.fe.unj.ac.id/index.php?p=show_detail&id=4417&keywords=
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : How to earn it, how to keep it* (Rev). Erlangga.
- Griffin, Jill. (2002). *Customer loyalty : how to earn it, how to keep it* (R. T. Herres, Ed.). Wiley. https://books.google.com/books/about/Customer_Loyalty.html?hl=id&id=WRkZEAAAQBAJ
- Hermawan, A. (2013). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga. <https://onesearch.id/Record/IOS13406.INLIS000000000023343?widget=1#details>
- Hurriyati, R. (2008). *Baluran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (2 ed.). Alfabeta. <https://onesearch.id/Record/IOS13407.INLIS000000000018265?widget=1>
- Indhiarti, C. S., Oktaviani, S. M., Wahyudi, L. E., & Putri, E. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk menggunakan E-Marketing sebagai Solusi untuk Menghadapi Dampak Virus COVID-19 bagi Pedagang Kaki Lima di Kota Surakarta. *Prosiding University Research Colloquium*, 73–76. <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/1107>
- Kolonio, J. ., & Soepeno, D. . (2019). PENGARUH SERVICE QUALITY, TRUST, DAN CONSUMER SATISFACTION TERHADAP CONSUMER LOYALTY PADA CV. SARANA MARINE FIBERGLASS. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 831–840. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V7I1.22910>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing* (16 ed., Nomor Marketing 2). Pearson Education, Limited. https://books.google.com/books/about/Principles_of_Marketing.html?hl=id&id=xgv9rQEACAAJ
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing*. Dalam *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (14 ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid. 1, Ed. 13*. Erlangga, .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 ed.). Pearson India Education Services.

https://books.google.com/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=5-U5zgEACAAJ

Malhotra, N. K. (2007). *Marketing research an applied orientation*. Prentice - Hall.
<https://onesearch.id/Record/IOS13916.BHATT-00000000060712?widget=1>

Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. *repo.iain-tulungagung.ac.id*.
<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB%20II.pdf>

Mustofa, U., Zamzani, M. I., Rachma, I. W. N., Suprayetno, H., Al, M. A., Wati, S., Hanata, A., Matanari, B., Nugraha, M. R., & Fahmi, M. (2021). PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI OLAHAN BUAH SALAK LOKAL DI KARANG JOANG BALIKPAPAN. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SEPAKAT)*, 2(1). <https://journal.itk.ac.id/index.php/sepakat/article/view/540>

Neuman, W. L. (2003). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Pearson. <https://onesearch.id/Record/IOS7716.slims-3178?widget=1>

Nielsen. (2011). *State of the media: the social media report*. The Nielsen Company (US).
<https://www.nielsen.com/>

Ramsunder, M. (2016). *The impact of social media marketing on purchase decisions in the tyre industry*. <https://core.ac.uk/download/pdf/145053328.pdf>

Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication*. Gramedia Pustaka Utama.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=711569>

Rangkuti, F. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Gramedia Pustaka Utama.
<http://www.bukabuku.com/browses/product/9789792289480/studi-kelayakan-bisnis-investasi.html>

Riduwan. (2006). *Rumus dan data dalam aplikasi statistika : untuk penelitian*. Alfabeta.

Sarwono, J., & Budiono, H. (2012). *Statistik Terapan: Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Nomor April). ALFABETA.

- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan RD - 2012*. Alfabeta.
<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205780/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian manajemen*. Alfabeta.
<https://onesearch.id/Record/IOS13473.INLIS0000000000003731?widget=1#description>
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). STATISTIKA untuk PENELITIAN. Dalam Endang Mulyatiningsih (Ed.), *Statistik untuk Penelitian Kuantitatif, Ekonomi*. ALFABETA,CV.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis ekonomi* (1 ed.). Yogyakarta Pustaka Baru.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1072785>
- Supardi. (2013). *Aplikasi statistika dalam penelitian : konsep statistika yang lebih komprehensif*. Change Publication.
- Taniredja, T. (2011). *PENELITIAN KUANTITATIF (SEBUAH PENGANTAR)/H-16*. Alfabeta.
- Teguh. (2013). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. JALUR NUGRAHA EKA KURIR (JNE) CIREBON. *Jurnal Manajemen*.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen jasa* (2 ed.). Andi.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=140937>
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Dalam *salemba medika* (3 ed.). Andi Offset.
<http://library.stik-ptik.ac.id>
- Yamit, Z. (2004). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia.
- Zap Beauty Indeks. (2020). *ZAP Beauty Indeks*.