

DAFTAR PUSTAKA

- Anis Marjukah, S. E. (2023). *KONSEP DASAR MANAJEMEN JASA*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Apri Budianto, M.M. 2015 *Manajemen Pemasaran, Edisi Revisi*. Penerbit Ombak: Yogyakarta.
- Arief, G. M., & Millanyani, H. (2015). *Pengaruh social media marketing melalui instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe*. *eProceedings of Management*, 2(3).
- Asi, et.al. 2021. *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak*. *eProceedings of Management*. Vol 8(1). Diakses tanggal 30-11-2021
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Hamdan. 2018. *Industri 4.0 : Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi*. Vol 3
- Hendratri, B. G. (2019). *Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota (Studi Kasus Di Koperasi Konsumen Syari'ah (KKS) Barokah Tanjunganom)*. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 6(2), 129-145.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Ismayani, A. (2019). *Metodologi penelitian*. Syiah Kuala University Press
- Juliyansi¹, M. F., & Suryawardani, B. (2019). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN CUSTOMER BONDING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA TUNAS DAIHATSU SOEKARNO-HATTA BANDUNG TAHUN 2019* *THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND CUSTOMER BONDING ON PURCHASE INTENTION AT TUNAS DAIHATSU SOEKARNO-HATTA BANDUNG IN 2019*.
- Juliyansi¹, M. F., & Suryawardani, B. (2019). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN CUSTOMER BONDING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA TUNAS DAIHATSU SOEKARNO-HATTA BANDUNG TAHUN 2019* *THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND CUSTOMER BONDING ON PURCHASE*

INTENTION AT TUNAS DAIHATSU SOEKARNO-HATTA BANDUNG IN 2019.

- Komang Prema Satya, I., Luh Adisti Abiyoga Wulandari, N., & Mashyuni, I. (n.d.). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dimediasi Customer Bonding* (Vol. 2, Issue 2).
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). *Pengaruh social media marketing, brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.
- Kuspriyono, T., & Nurelasari, E. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase to Intention*. 18(2). <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Maydeline, M., & Christiarini, R. (2023). *ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PURCHASE INTENTION GENERASI Z PADA SOCIAL COMMERCE*. *Media Bina Ilmiah*, 17(7), 1363-1376.
- Nabilla, A. G., & Tuasela, A. (2021). *Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan pada diva karaoke rumah bernyanyi di kota timika. JURNAL KRITIS (Kebijakan, Riset, dan Inovasi)*, 5(2), 21-40.
- Puspitasari, D. A., & Saptaria, L. (2023). *PENGARUH COSTUMER RELATIONSHIP DAN COSTUMER BONDING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA GRAPARI TELKOMSEL CABANG KEDIRI*. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 1(11), 41-50.
- Putra, I. D. P. G. W., & Aristana, M. D. W. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(11), 1035-1044.
- Putri Haliyani, F., & Rofiq, A. (n.d.). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA STARBUCKS INDONESIA (Studi Pada Pengakses Akun Instagram @StarbucksIndonesia)*.
- Rahman, W., Saudin, L., & Sri Wahyuni, N. (2022). *BAHAN AJAR SISTEM INFORMASI MANAJEMEN*. www.penerbitwidina.com
- Rasyid, F. (2017). *Social Media Marketing: Definisi, Konsep dan Aplikasinya*.
- Rizky, I. M., Mulyatini, N., & Herlina, E. (2021). *PENGARUH CUSTOMER BONDING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Pada Pedagang Pengecer CV Prima Rasa Abadi Tasikmalaya di Wilayah Kecamatan Ciamis)* (Vol. 3, Issue 2). www.topbrand-award.com
- Sari, G. G., Wirman, W., Wahidar, T. I., & Fahira, T. S. *Strategi komunikasi Customer Bonding C Plus Organizer mempertahankan loyalitas PT. Capella Dinamik Nusantara*.

- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (n.d.). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, E-SERVICE QUALITY, DAN REVIEW CONTENT TERHADAP MINAT BELI PADA UMKM PRODUK ORGANIK*. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Siahaan, R. F. B., Anggraini, D., Chandra, W., & Hutabarat, F. A. (2022). *Pengaruh social media marketing terhadap purchase intention di teko healthy resto medan*. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 167-175.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono dan Agus. 2017. *Cara mudah belajar SPSS dan Lisrel Teori dan aplikasi untuk analisis Data Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-26. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Yanuar Saksono, C. (n.d.). *PERILAKU KONSUMEN PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Zeggy, R. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Beli Produk Lokal Sumatera Barat (studi pada Konsumen Lapis Minang Nantigo di Kota Padang)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).