

DAFTAR PUSTAKA

- Afriasih, M. U. C. (2014). Analisis penerapan strategi *customer bonding* terhadap loyalitas pelanggan pada member *The Face Shop* PVJ Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 13(1), 1–18.
- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2), 26.
- Anggraeni, R., & Djuwita, D. (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*, 4(3), 445–455.
- Anisa, N., & Tamando, H. (2023). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.
- Asari, M. F. (2020). Analisis Pengaruh *Customer Bonding* Terhadap Loyalitas Pelanggan Matahari *Department Store Johar Plaza Jember*. 1985, 1–6.
- Astuti, M., & Rizkita, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran (Pertama)*. DEEPUBLISH.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi offset.
- Damri. (2018). Pengaruh Strategi *Customer Bonding* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) tbk (Studi pada Nasabah Taplus Bisnis Kantor Cabang Pekanbaru). *MENARA Ilmu*, XII(80), 1–15.
- Dyas, B., & Agustinus, B. (2018). *Validitas dan Reabilitas Penelitian*. Mita Wacana Media.
- Firdaus, M. Z., Muttaqien, F., Robustin, T. P., & Pelanggan, L. (2020). *Pengaruh Dimensi Marketing Mix terhadap Loyalitas Pelanggan pada Home Industry Saus Ryan Jaya di Kabupaten Lumajang*. 118–122.
- Gustini, S., Nia, A., & Mahendri, A. (2019). Pengaruh *Costumer Bonding* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Remaja Sekayu. 5(1), 13–26.
- Hikmah, N. (2019). Bab Ii Kajian Pustaka, Kerangka Berpikir, Dan Hipotesis. 8–28.
- Huda, M. (2020). *the Effect of Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction and Customer Bonding on Customer Loyalty At Bank Bri Syariah Kcp Panda'an Pasuruan*. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(02).
- Jackie, Rina Friska B. Siahaan, Dewi Anggraini, Willi Chandra, & Fauzi A.M.

- Hutabarat. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Purchase Intention* Di Teko Healthy Resto Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 167–175.
- Khairul, D. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen *E-Commerce* melalui *Brand Image* dan *Relationship Marketing*. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 125–140.
- Kurnia, H. R. I. (2020). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. 7(2), 2220–2237.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Alfabeta.
- Lutfia, S. K., & Lukiana, N. (2015). Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image*, Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Di Kecamatan Pasirian (Studi Kasus pada Aicy Club, KS Club, dan Dena's Club).
- Mighfar, S. (2015). *Social Exchange Theory* : Telaah Konsep George C. Homans Tentang Teori Pertukaran Sosial. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 9(2), 259–282.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nurhasna, F. N., Dewi, R. S., Purbawati, D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening*. 11(4), 750–757.
- Paramita, D. R., & Noviansyah, R. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa. Azyan.
- Riskawati, M., Sulistyan, R. B., & Lukiana, N. (2021). *Is Consumer Loyalty Judging From the Cafe Atmosphere and the Conformity of the Taste of the Product?* *International Journal of Accounting and Management Research*, 2(1), 30–35.
- Rohmandiyas, N. A. (2021). *Analysis of Customer Bonding Implementation Strategy on Membership Loyalty of Parkson Centro Card at Centro Department Store the Plaza Semanggi*. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 12627–12633.
- Sapanang, A. B. A., Maupa, H., & Jusni. (2022). Pengaruh *Customer Relationship Marketing* Dan *Customer Bonding* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Grapari Telkomsel Makassar. *Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2202–2210.

- Satya, I. K. P., Wulandari, N. L. A. A., & Mashyuni, I. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dimediasi Customer Bonding. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 18(2), 235–242.
- Silalahi, R. Y. B. (2019). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Brand Equity (Studi Kasus Pada SMK Permata Harapan). *Jursima*, 7(1), 18.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Statistik Nonparametris*. Alfabeta.
- SULISTYAN, R. B., Ermawati, E., & Yunus Ariyono, K. (2019). Manajemen Retensi dalam Upaya Mempertahankan Karyawan melalui Dorongan Kepuasan dan Komitmen. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 9(2), 87–98.
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Customer Engagement* Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia Under A Creative Commons Attribution (Cc-By-Nc-Sa) 4.0 License Core View Metadata, Citation And Similar Papers At Core.Ac.Uk Provided By Electro. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198.
- Wahyuni, Y. S., Muttaqien, F., & ... (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Surya di Kecamatan Jatiroto.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*.
- Widianti, D., & Angga, D. (2019). Loyalitas Pelanggan Melalui Konsep *Customer Relationship Marketing* Pada Produk Sophie Paris. 5(1), 198–231.
- Zainurossalamia, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori & Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.