

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL

- Ahmadinejad, B., & Asli, H. N. (2017). E-business through Social Media : A Quantitative Survey ( Case Study : Instagram ). *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 4(1), 80–99.
- Aldaihani, F. M. F., & Ali, N. A. Bin. (2019). Impact of relationship marketing on customers loyalty of islamic banks in the state of Kuwait. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(11), 788–802.
- Alfian, N., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Social Media Marketing Instagram , Word of Mouth and Brand Awareness of Purchase Decisions on Arthenis Tour and Travel. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 2(2), 218–226.
- Andreani, H. dan. (2017). Analisis Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Broadway BarberShop PT Bersama Lima Putera. *Agora*, 5(1), 2.
- Arasy Purnama, R. (2019). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Heavenly Blush Terhadap Respon Khalayak (Pengikut Akun Instagram Heavenly Blush). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 5093–5106.
- Arif, F., & Eka Saputri, M. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Dunkin' Donuts Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (ALMANA)*, 2(2), 74–87.
- Budiman, N. (2016). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar*.

- Chuang, C., & Fu-Ling, H. (2017). Experiential Marketing Strategy: The Empirical Study of 85o C Bakery Cafe. *International Research Journal of Applied Finance*, VIII(3), 129–143.
- Dwi Agus Kristianto, & Amin Kiswanto. (2019). *Analisis Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 13, 9–22.
- Ferina Ananda Agung, N., & Sri Darma, G. (2019). Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(1), 743–747.
- Glen Irwinto Laluyan, Imam Wibowo, & Amanda Setiorini. (2019). *Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD . id Jakarta*. 7(3).
- Haslinda, & Muhammad, J. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 10.
- Jerry John, & Thongdee Kijboonchoo, P. D. (2015). Identifying the Association between Relationship Marketing and Customer Loyalty at ABC Bank in Assumption University Campuses: A Case Study based on the Student's Point of View. *American Journal of Undergraduate Research*, 1(2), 54–70.  
<https://doi.org/10.33697/ajur.2002.009>
- Maradufu, M. E., Musau, C., & Munyao, J. (2017). Effect of Experiential Marketing in Building Brand Equity : A Case of Selected Unilever Tanzania Brands. *International Journal of Supply Chain Management*, 2(1), 1–31.
- Mira Dwi Astuti, N. P., Mahayana Putra, I. K., Kasiani, Putra Yudistira, C. G., & Widiantara, I. M. (2020). *Implikasi Penerapan Customer Relationship Marketing dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Gapura Angkasa Joumpa Denpasar*. 14, 506–514.
- Murdana, Y. T., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing

melalui Instagram Terhadap Brand Awareness pada PT. Dealpro Indonesia Bandung 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 847–851.

Putri pamungkas, Sari Dewi, & Achmad Fauzi. (2017). *Pengaruh Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk Menjaga Loyalitas (Survei pada Pelanggan Kedai Kober Mie Setan di jl . Soekarno Hatta , Malang )*. 46(1).

Raden Ajeng Nadhira, Ilyna Kinanti, & Achmad Fauzi DH. (2020). Pengaruh Experiential Marketing , Citra , dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas ( Survei pada Pelanggan Rumah Makan Sederhana Jatiwaringin , Jakarta Timur ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 78(1), 56–65.

Ramadhani, H. S., Jumbuh, H. M., & Dharmoputra, S. (2019). Pengaruh Aktifitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty (Studi Kasus : Followers pada Instagram Lazada.co.id). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 2311–2320.

Ramadhani, N., Sukotjo, E., Juharsah, Sinarwaty, & Nur, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion pada Online Shopping Melalui Media Sosial Facebook (Studi Kasus : BauBau Jual Beli (BJB) Untuk Mahasiswa di Kota Bau-Bau. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 1–10.

Ratna Ekawati, & Winda Winarti. (2018). *Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Nilai Pelanggan dan Customer Relationship Marketing*. 18(2), 92–99.

Rindengan, C. M., Mananeke, L., Poluan, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Karombasan Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2988–2997.

Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.3>

- Surharyono, A. F. H. dan. (2018). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(2), 192–201.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2289/2689>
- Tangkudung Aprilia Jeanefer, Joy E.Tulung, & Regina T.Saerang. (2019). *Analyzing The Utilization of Digital Marketing in Msme's (Micro Small to Medium Enterprise) at Manado City, North Sulawesi Province*. 7(4), 5723–5732.
- Wibowo, S., & Purnama, R. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Wisatawan Pada Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Bogor (PKTKRB). *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 12(1), 25–52.
- Wulandari, A. N., Fauzi, A., & Perwangsa Nuralam, I. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty (Survei Pada Nasabah Yang Memiliki Tabungan Bank Negara Indonesia (Bni) Kantor Cabang Utama (Kcu) Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 68(1), 1–8.

## **BOOK**

- Dr.Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Taman Sidoarjo: ZIFATAMA PUBLISHING.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Rambat Lupiyoadi & Ridho Bramulya Ikhsan. (2015). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.