

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran* (8th ed.). PT Raja Grafindo Persada. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1135529>
- Academy, Y. C. (2018, August 28). Katalog. Retrieved from Dasar-Dasar YouTube: <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/subscriberadvantage?hl=id#strategies-zippy-link-2>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. In Alfabet (Ed.), Penerbit: Alfabeta, Bandung (12th ed.). Alfabeta. <http://perpus.bandungkab.go.id/opac/detail-opac?id=6755>
- Ali, H., & Widodo, A. (2022). Determinasi Komunikasi Pemasaran Analisis Iklan,. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 796–804.
- Alok, K. R., & Srivastava, M. (2013). The Antecedents of Customer Loyalty: An Empirical Investigation in Life Insurance Context. *Journal of Competitiveness*, 5(2), 139–163. <https://doi.org/10.7441/joc.2013.02.10>
- Ambitan, I., Wenas, S. R., & Samady, L. R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Dan Periklanan Terhadap Loyalitas Indomie Di Manado Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1343–1352. [file:///D:/SKRIPSI/Jurnal jurnal oye/37472-79663-1-SM \(1\).pdf](file:///D:/SKRIPSI/Jurnal%20jurnal%20oye/37472-79663-1-SM%20(1).pdf)
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen (Fungsi-Proses-Pengendalian)* (1st ed.). Mitra Wacana Media
- Ayuni, D. M., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Guardian Health & Beauty Retail. *Jurnal Manajemen & Bisnis Madani*, 2(1), 18–34.
- Ball, D., Coelho, P. S., & Machás, A. 2012. The role of communication and trust in explaining customer loyalty An extension to the ECSI model.
- Bisnis, J., Pemasaran, D., Santosa, S., & Luthfiyyah, P. (n.d.). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GAMEFIELD HONGKONG LIMITED.
- Dharmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM
- Fathin, A., Ferry Cahaya, Y., & Erasashanti, A. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada pengguna SIMCARD Telkomsel di Jabodetabek).
- Frimpong, FS (2014). Dampak Elemen Bauran Komunikasi Pasar terhadap Layanan Pelanggan Persepsi Kualitas: Perspektif Sektor Keuangan, *Jurnal Internasional Manajemen Penjualan & Pemasaran Penelitian dan Pengembangan*, 4 (3): 37-58
- Hajar, I. (2018). YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di Makassar. *Jurnal Al-Khitabah* Vol. 5 No. 2, 95.
- Hermawan, Agus, 2012, *Komunikasi Pemasaran*, Penerbit Erlanga, Jakarta
- Hariyati, F., & Sovianti, R. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam*

Mempertahankan Customer Loyalty Pada Hotel Salak Bogor, Indonesia.
www.hotelsalak.co.id

Hariyati, F., & Sovianti, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Customer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 52–66.
<https://doi.org/10.35814/coverage.v11i2.2019>

hasyim,+194-205. (n.d.).

Hidayat, T. (2015). Pengaruh Marketing Public Relation Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Bandung. *Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 102–115.

Husniati Sya, E., & Tontowi Jauhari, idah. (2018). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Vol. 3, Issue 1).

Ilmiah, J., & Makna, K. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. 8(1). <https://doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38>

Khasanah, I. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang.
<http://repository.radenfatah.ac.id/8932/>

Kotler, P, Armstrong, G. (2010). Prinsip Pemasaran, Edisi 13 , Pearson

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall

Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lance. 2012. Marketing Management 14 th edition. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Lazuardi, D., & Rezeki, S. (n.d.). Pengaruh Personal Selling dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Chicken Holic Medan Fair.
<https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek>

Lingga, G., Kusuma, A., Sekolah, P., & Desain Bali, T. (2019). PEMANFAATAN ANIMASI PROMOSI DALAM MEDIA YOUTUBE. In Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) (Vol. 2). <https://cashbac.com>

Loudon, D. L., & Bitta, A. D. (1993). Consumer Behavior: Concept and Applications. The United State of America: By McGraw Hill Inc

Mangkunegara, A. P. (2015). Perilaku Konsumen. Bandung: Refika Aditama.

MARJUKI Dosen Program Studi Manajemen STIE Dharma Putra Pekanbaru, I. (2018). XII Jilid I No. 80.

Nasrullah Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, R., Jalan Ir Djuanda No, J. H., & Selatan, T. (n.d.). **BLOGGER DAN DIGITAL WORD OF MOUTH: GETOK TULAR DIGITAL ALA BLOGGER DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL BLOGGER AND DIGITAL WORD OF MOUTH: A DIGITAL**

METHOD OF BLOGGERS IN MARKETING COMMUNICATION IN SOCIAL MEDIA.

- Nasrullah, R. (2017). Blogger Dan Digital Word of Mouth: Getok Tular Digital Ala Blogger Dalam Komunikasi Pemasaran Di Media Sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 1–16. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.1>
- Noorlistyo Adi, A., Ratna Suminar, J., & Asri Sjafirah, N. (2019). Makna Subscriber Bagi Youtuber Kota Bandung. *Communication*, 10(2), 142. <https://doi.org/10.36080/comm.v10i2.894>
- Oppo, Gyimah & Kwapong. (2014). The Effect Of The Marketing Communication Mix On Customer Loyalty The Banking Sector in Ghana, *International Journal of Sales & Marketing Management Reserch and Development (IJSMMRD)* ISSN (P): 2249-6939;ISSN(E): 2249-8044, Vol.4, Issue 5, Oct 2014 : 15-24
- Owen, R, Humphrey, P. (nd). Struktur saluran komunikasi pemasaran online, *Journal of Manajemen dan Riset Pasar*, 4 (2): 2-8
- Porcu, L, Barrio-Garcia, S. D, Dapur, PJ (2012). Bagaimana komunikasi pemasaran terpadu (IMC) bekerja? Sebuah teori; tinjauan dan analisis pendorong dan efek utamanya, *Communication Y Soceidad*, 25 (1): 313
- Pramesti, R. C., Mursityo, Y. T., & Rokhmawati, R. I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Iklan Ramayana Department Store (Vol. 3, Issue 5). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Pratama, A. (n.d.). Prosiding Manajemen Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen Pada Distro Bloods Industry Kota Bandung The Influence of Sales Promotion on Consumer Loyalty Levels in the Distro Bloods Industry, Bandung City.
- Program, T. H., Usaha, S., Wisata, P., Yapari, S., & Aktripa Bandung, ±. (2015). PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) BANDUNG. *Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 102–115.
- Purnaningwulan, Ratih Desianita. (2015). Hubungan Terpaan Iklan Televisi Produk Revlon Dengan Motivasi Konsumen Wanita Dalam Melakukan Pembelian Produk Di Mall Surabaya. *Jurnal Vol 4, N0 2. Commonline Departemen Komunikasi*
- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA), 2, 259–265. <https://cashbac.com>
- Rawal, P. (2013). Model Komunikasi Pasar AIDA, Merangsang Keputusan Pembelian di Pikiran Para Konsumen melalui Kemajuan Linier Langkah, *Jurnal Internasional Penelitian Multidisiplin IRC di Ilmu Sosial dan Manajemen*, 1 (1): 37-43
- Rizan, Mohammad dan Anjarestu, Yogha, 2013, Pengaruh Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Majalah Info Bekasi, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* | Vol. 4, No. 1, 2013, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- Saeed, R., Nisar, F., Lodhi, R. N., Ahmad, M. & Arshad, H. M. (2013). Impact of Sales Promotion on the Consumer Loyalty in the Telecommunication Industry. *Journal of*

Management. 07(3).

- Searbrook, J. (2012, January 16). Magazine. Retrieved from Streaming Dreams – The New Yorker: www.newyorker.com/magazine/2012/01/16/streaming-dreams
- Samosir, B. (2020a). Pengaruh Personal Selling, Advertising, dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Interbat (Farmasi) Mampang Prapatan Jakarta. 1(1), 279–285.
- Samosir, B. (2020b). Pengaruh Personal Selling, Advertising, dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Interbat (Farmasi) Mampang Prapatan Jakarta Influence of Personal Selling, Advertising, and Sales Promotion Against Customer Loyalty At PT. Interbat (Pharmaceutical) Mampang Prapatan Jakarta (Vol. 01, Issue 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
- Sari, K., & K, N. I. (2019). Pengaruh strategi komunikasi pemasaran Starbucks Card terhadap loyalitas konsumen (Studi Pada Konsumen Berstatus Mahasiswa PT. Starbucks Coffee di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 7(2), 1. <https://doi.org/10.30659/jikm.7.2.1-22>
- Shimp, T. A & Andrews, J. C. (2013). Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication. Ohio, United States: South-Western Cengage Learning
- Sudarwati, Kustiyah dan Tsani, 2017, Pengaruh Periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen (Studi kasus di PT. Batik Semar Surakarta) *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)* | Vol. 4, No. 3, 2017.
- Supriono, Ahmad Harun Yahya “New Media dan Strategi Periklanan: Analisis Diskursus YouTubers Sebagai Stealth Marketing”, *Aktualita*, Vol. 9, No. (1 Juni, 2019)
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Seric, M., Ozretic-Dosen, D., & Skare, V. (2019). How can perceived consistency in marketing communications influence customer-brand relationship outcomes? *European Management Journal*, 1-9.
- Shimp, T. A. (2000). Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (5nd ed.). Jakarta: Erlangga
- Sufa, F., & Munas Bambang. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 226–233. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Villa & Arguelles. 2014. Personal Selling and Social Media: Investigating Their Consequence To Customer Buying Intention