

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Annur, C. (2023). *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak Ke-4 Di Dunia*. Diakses Pada 3 Januari 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>.
- Annur, C. (2023). *Jumlah Pengguna Internet Global Tembus 5,6 Miliar Orang Pada Januari 2023*. Diakses Pada 25 Februari 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/jumlah-pengguna-internet-global-tembus-516-miliar-orang-pada-januari-2023#:~:text=Laporan%20terbaru%20We%20Are%20Social,totalnya%208%2C01%20miliar%20orang>.
- Apjii. (2023). *Survei Apjii Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. Diakses Pada 7 Februari 2023, dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#:~:text=Survei%20APJII%20Pengguna%20Internet%20di,yang%20sebesar%20275.773.901%20jiwa>.
- Damri. (2018). *Pengaruh Strategi Customer Bonding Terhadap Loyalitas Nasabah*. XII (80), 1-15.
- Fahrani, V., Usman, O., & Aditya, S. (2022). *Pengaruh Pemasaran pada Media Sosial dan Ulasan Pelanggan Online Terhadap Niat Beli Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan: Studi Pada Pengikut Media Sosial Produk Kosmetik di Wilayah Jakarta*. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 3 No. 1.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasya, R. (2019). *Whatsapp Teratas, Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Warganet Indonesia Sepanjang 2022*. Diakses Pada 5 Desember 2022, dari <https://goodstats.id/article/whatsapp-teratas-ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-warganet-indonesia-sepanjang-2022-iJklw> .
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 25-31.
- Jasin, M. (2022). *Effect of Customer Bonding and Social Media Marketing on Purchase Intention of SMEs Product*. *International Journal Of Social Studies and management*. Vol.3 No.4.
- Juliyansi, M. F., & Suryawardani, B. (2019). *Pengaruh Media Social Marketing dan Customer Bonding Terhadap Purchase Intention Pada Tunas Daihatsu Soekarno-Hatta Bandung Tahun 2019*. *Jurnal Pemasaran*, 836-846.
- Kompas. (2023). *Gaji Umr Gresik 2023, Tertinggi Kedua Se-Jatim Setelah Surabaya*. Diakses Pada 15 Maret 2023, dari <https://money.kompas.com/read/2023/02/03/154406326/gaji-umr-gresik-2023-tertinggi-kedua-se-jatim-setelah-surabaya?page=all#:~:text=Terbaru%2C%20gaji%20UMR%20Gresik%202023,Rp%204.522.030%20per%20bulannya>.
- Kuspriyono, T., & Nurelasari, E. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase to Intention*. *Jurnal Cakrawala*, 18(2), 235–242. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>.

- Maoyan. (2014). *Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing*. International Journal Of Business and Social Science, Vol.5 No.10 92-97.
- Milea, D. (2018). *Sosial media marketing*.
- Mileva, R., & Millianyani, H. (2018). *Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan Line)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 190-199.
- Pramono. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Nirwana Gemilang Property*. Jurnal Disrupsi Bisnis: Vol. 3, No.2, Juli 2020, 108 -119.
- Putri, S. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Customer Bonding Terhadap Loyalitas Pelanggan Emina Di Kota Medan*. Jurnal Administrasi.
- Riyanto, A. D. (2020, Oktober). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Diambil kembali dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Rnd*. Alfabeta..
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suparnoto & Setiobudi. (2020) *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Haver mood*. Jurnal manajemen Vol.5 No. 5.
- Satya, I., Wulandari, N., & Mashyuni, I. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dimediasi Customer Bonding*. Jurnal manajemen Kewirausahaan dan Pariwisata Vol.2 No.2 Hal. 505-515.
- Serupa.id. (2021, 10 Februari). *Metode Penelitian Kuantitatif, Pengertian, Karakteristik, dan Jenis*. Diakses Pada 20 Juni 2022, dari

<https://serupa.id/metode-penelitian-kuantitatif-pengertian-karakteristik-jenis/>.

Uici. (2023). *Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. Diakses Pada 11 Januari 2023, dari

<https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di>.

Umar, Husein. (2003). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023*. Diakses Pada 28 September 2022, dari

<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.

Zarella, Dan. (2011). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: Reilly media, Inc.