

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Kotler, Philip & Keller, K. L (2016). Marketing Management (15th ed). USA: Pearson Education, Inc.

Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. (2016). Principles of Marketing. 16th Edition. England: Pearson Education Limited.

Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. (2016). Marketing Management. 15th Edition. Pearson Prentice Hall.

Megandru, Gumilar A. (2019). Pengaruh *Social media marketing*, Experiential Marketing, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band BurgerKill. Universitas Telkom.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet

JURNAL

- Aly, M. N., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Bandung). *eProceedings of Management*, 7(1).
- Damayanti, W., & Putri, I. P. (2019). Pengaruh Kegiatan Promosi Penjualan ‘Dufan Spesial Bikers’ Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Di Jabodetabek. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Juliyansi, M. F., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh *Social media marketing* Dan Customer Bonding Terhadap Purchase Intention Pada Tunas Daihatsu Soekarno-Hatta Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Panjaitan, D., & Setyorini, R. PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Putri, N. L., & Atnan, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Grab Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Followers Grab Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 6(3).
- Rahman, A. Z. A., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh *Social media marketing* Melalui Official Account Line Starbucks Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 6(2).

PENELITIAN TERDAHULU

Megandaru, A. G., & Oktafani, F. (2019). Pengaruh *Social media marketing*, Experiential Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band Burgerkill. *eProceedings of Management*, 6(2).

Rahman, A. Z. A., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh *Social media marketing* Melalui Official Account Line Starbucks Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 6(2).

Rahmadhani, S. W., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh *Social media marketing* Instagram Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen Wardah. *eProceedings of Management*, 6(2).

WEBSITE

<https://ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>. 12 Mei 2020

<https://bandung.kompas.com/read/2019/05/24/11293611/bali-dan-bandung-jadi-destinasi-wisata-kuliner-unggulan-indonesia>. 17 Mei 2020

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini>. 20 Mei 2020

<https://indonesia.tripcanvas.co/id/bandung/kafe-unik-instagram/>. 26 Mei 2020

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>. 1 Juni 2020

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>. 3 Juni 2020