

DAFTAR PUSTAKA

- 55% Pemilih Didominasi Generasi Muda, Bantu KPU Dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024 - KPU. (t.t.). Diambil 9 Juni 2025, dari <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11684/55-pemilih-didominasi-generasi-muda-bantu-kpu-dalam-penyelenggaraan-pemilu-2024>
- Addis, M., & Bocconi, S. (2016). Understanding the Customer Journey to Create Excellent Customer Experiences in Bookshops. *International Journal of Marketing Studies*, 8(4). <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n4p20>
- Al, M. A., Arifin, M., Puspita, E., Zaman, B., Ekonomi, F., Bisnis, D., Nusantara, U., Kediri, P., & Timur, J. (2025). Analisis Laporan Keuangan Perusahaan Food and Beverage (FNB) di BEI (Bursa Efek Indonesia). *Equivalent : Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 165–174. <https://doi.org/10.61994/EQUIVALENT.V3I1.671>
- Alessandrina, D. (2024). *Usung Konsep Affordable Luxury, Ini Strategi Haus! Menembus Pasar F&B*. <https://www.marketeers.com/usung-konsep-affordable-luxury-ini-strategi-haus-menembus-pasar-fb/>
- Amalia, R., & Sudibyo, A. G. (2021). Pengaruh Kampanye Public Relations No Straw Movement Terhadap Loyalitas Pengunjung Kona Koffie. *Inter Script : Journal of Creative Communication*, 2(1), 73–85. <https://doi.org/10.33376/IS.V2I1.547>
- Anderl, E., & Wiechert, L. (2016). Attribution im Online-Marketing: datenbasierte Bewertung von Customer Journeys. *Marketing Review St. Gallen*, 33(2), 24–31. <https://www.econstor.eu/handle/10419/275843>
- Anjelina, C. et al. . (t.t.). *Jadi Pengguna Terbanyak di Dunia 2024, Mengapa TikTok Sangat Digemari di Indonesia? 2024*. Diambil 4 Juni 2025, dari <https://www.kompas.com/tren/read/2024/10/12/190000765/jadi-pengguna-terbanyak-di-dunia-2024-mengapa-tiktok-sangat-digemari-di?page=all>
- Atkin, C. & R. R. (2013). *Theory and principles of public communication campaigns*. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=B7J1AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Atkin,+C.,+%26+Rice,+R.+E.+\(2013\).+Theory+and+principles+of+public+communication+campaigns.&ots=CyDe8PX7SD&sig=dawRoHGnYZJFoqsEmFt0Xh7IdEg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=B7J1AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Atkin,+C.,+%26+Rice,+R.+E.+(2013).+Theory+and+principles+of+public+communication+campaigns.&ots=CyDe8PX7SD&sig=dawRoHGnYZJFoqsEmFt0Xh7IdEg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Berman, B. (2020). *Paths to Purchase: The Seven Steps of Customer Purchase Journey Mapping*.
- Bernard, G., & Andritsos, P. (t.t.). *A Process Mining Based Model for Customer Journey Mapping*.
- BPS. (2023). Statistik Penyedia Makan Minum 2021. *Badan Pusat Statistik*, 1–62. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>
- Budiansyah, A. (2020). *Deretan Fitur TikTok Yang Wajib Kamu Coba, Simak Nih!* CNBC INDONESIA. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200221163748-37-139654/deretan-fitur-tiktok-yang-wajib-kamu-coba-simak-nih>
- Burhan Bungin. (2007). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi*.
- ByteDance - Inspire Creativity, Enrich Life. (t.t.). Diambil 5 Oktober 2025, dari <https://www.bytedance.com/en/>

- Cutlip, Center, & Broom. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations Eleventh Edition*.
- Darman, F., Ciptosari, F., Paulus, Y., & Wadhi, H. (2024). ANALISIS CUSTOMER JOURNEY PENGGUNA NOABIKE: STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN TRANSPORTASI BERKELANJUTAN DI LABUAN BAJO. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 107–114.
<https://doi.org/10.9744/PEMASARAN.18.2.107-114>
- Dedek Kurniawan Gultom, Arif, M., & Fahmi, M. (2020a). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
<https://doi.org/10.30596/MANEGGIO.V3I2.5290>
- Dedek Kurniawan Gultom, D., Arif, M., & Fahmi, M. (2020b). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
<https://doi.org/10.30596/MANEGGIO.V3I2.5290>
- Dinas Pendidikan, P. (2025). *bapperida.jogjapro*.
https://bapperida.jogjapro.go.id/dataku/data_dasar/chart/3597
- Fahmi Ahmad Burhan. (2022). *Strategi Startup Kuliner Haus! Bidik Potensi Pasar Rp 719 Miliar - Startup Katadata.co.id*.
<https://katadata.co.id/digital/startup/620dd6a1322f7/strategi-startup-kuliner-haus-bidik-potensi-pasar-rp-719-miliar>
- Faizaty et al., 2021. (2021). *DAMPAK SOFTSELLING DALAM DIGITAL MARKETING PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PLATFORM GRUP FACEBOOK JAGO JUALAN) Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Gen Z dan Milenial Dominasi Daftar Pemilih di DIY. (t.t.). Diambil 10 Juni 2025, dari <https://www.metrotvnews.com/read/kewClAA0-gen-z-dan-milenial-dominasi-daftar-pemilih-di-diy>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (1995). *Customer Loyalty How to Earn It, How to Keep It*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Gustam, R. (2015). *KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER KOREAN POP DI KALANGAN KOMUNITAS SAMARINDA DAN BALIKPAPAN*. 3(2), 224–242.
- Hadawiyah, R. (2022). *PENGARUH RATIONAL CONTENT MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN NYUSHIIN CABANG WAHID HASYIM MEDAN*.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E., Istiqomah, R., Fardani, R., Sukmana, D., & Auliya, N. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF* (H. Abadi, Ed.). CV Pustaka Ilmu Group.
- Haus! Bagikan 1.500 Minuman Gratis pada Aksi Indonesia Gelap, Sempat Dilarang Satpol PP* | *tempo.co*. (2025). <https://www.tempo.co/ekonomi/haus-bagikan-1-500-minuman-gratis-pada-aksi-indonesia-gelap-sempat-dilarang-satpol-pp-1210532>

- Heriyanto, et al. (2024). *Indonesia Gen Z Report 2024: Understanding and Uncovering the Behavior, Challenges, and Opportunities*. . <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>
- Hidayati, N. (2014). DINASTI POLITIK DAN DEMOKRASI INDONESIA. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 10(1). <https://doi.org/10.32497/ORBITH.V10I1.357>
- Husein Umar. (2014). *Faktor-faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Penerbangan Low Cost Carrier - Neliti*. <https://www.neliti.com/publications/112323/faktor-faktor-yang-memengaruhi-loyalitas-pelanggan-pada-penerbangan-low-cost-car>
- Ismawati, D. (2019). *Pengaruh Penggunaan Akun Instagram “DuniaHalal” Terhadap Keputusan Pembelian Barang*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43898>
- John W. Creswell. (2010). *Design Research Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mixed* (Achmad Fawaid, Penerj.; 3 ed.). Pustaka Pelajar.
- Karyose, H., Astuti, W., & Ferdiansjah, A. (2017). Customer Loyalty: The Effect of Service Quality, Corporate Image, Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction as Intervening Variable-An Empirical Analysis of Bank Customers in Malang City. *Marketing and Branding Research*, 4, 336–347.
- Khamdan Rifa’i. (2015). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. <https://digilib.uinkhas.ac.id/693/1/BUKU%20MEMBANGUN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20OLEH%20Dr.%20KHAMDAN%20RIFA%E2%80%99%20SE.%20CM.Si.pdf>
- Khan, M. T. (2013). *Customers Loyalty: Concept & Definition (A Review*. https://www.academia.edu/34440985/Customers_Loyalty_Concept_and_Definition_A_Review
- Kopi Kenangan. (t.t.). *Kopi Kenangan dan Pipiltin, Duo Pemain Lokal, Dukung Produk Asli Indonesia — Kopi Kenangan*. Diambil 22 Oktober 2025, dari <https://kopikenangan.com/news/7ez06qcppjmk18nt1rvxnc02zfpq1e>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=AU5PEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Kusumastuti,+A.,+Khoiron,+A.+M.,+Achmadi,+T.+A.,+%26+Deepublish.+%282020%29.+Metode+Penelitian+Kuantitatif.+Deepublish&ots=fApOKav7zG&sig=6rcmqBpxajLogDiiOGw-aDNta-I&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- LAPORAN SURVEI : PEMILIH GEN Z : PREFERENSI SOSIAL POLITIK PADA PEMILU 2024 – *Arus Survei Indonesia*. (t.t.). Diambil 9 Juni 2025, dari https://www.arussurvei.com/laporan-survei-pemilih-gen-z-preferensi-sosial-politik-pada-pemilu-2024/?utm_source=chatgpt.com
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lepojević, V., & Đukić, S. (2018). FACTORS AFFECTING CUSTOMER LOYALTY IN THE BUSINESS MARKET - AN EMPIRICAL STUDY IN THE REPUBLIC OF SERBIA. *Facta Universitatis, Series: Economics and Organization*, 245. <https://doi.org/10.22190/FUEO1803245L>

- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*.
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=MBZNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Liliweri,+A.+\(2011\).+Komunikasi+Serba+Ada+Serba+Makna.+Jakarta:+Kencana&ots=KGER6x0Ftr&sig=PsLmz7i6REs26A0FahVJI4nyBaI&redir_esc=y#v=onepage&q=Liliweri%2C%20A.%20\(2011\).%20Komunikasi%20Serba%20Ada%20Serba%20Makna.%20Jakarta%3A%20Kencana&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=MBZNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Liliweri,+A.+(2011).+Komunikasi+Serba+Ada+Serba+Makna.+Jakarta:+Kencana&ots=KGER6x0Ftr&sig=PsLmz7i6REs26A0FahVJI4nyBaI&redir_esc=y#v=onepage&q=Liliweri%2C%20A.%20(2011).%20Komunikasi%20Serba%20Ada%20Serba%20Makna.%20Jakarta%3A%20Kencana&f=false)
- Maisaroh, R., & Nurhidayati, M. (t.t.). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TOKO STARS MADIUN 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 197–216.
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 1(1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/35815>
- Mardalis, A. (2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan. Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT*.
- Masyita, W. R. (2019). *PENINGKATAN PEMAHAMAN KONSEP IPA MELALUI PEMBELAJARAN KOOPERATIF TIPE NHT (NUMBERED HEADS TOGETHER) PADA PESERTA DIDIK KELAS II SDN SIDOMUKTI KECAMATAN BUNGAH*.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Jakarta: PT Indeks*.
- Nugrotomo, Adi. dkk. (2025). *Indonesia Negara Paling Dermawan di Dunia: Waktu yang Tepat untuk Becermin*. <https://www.kompas.id/artikel/waktu-yang-tepat-untuk-bercermin-indonesia-negara-paling-dermawan-di-dunia>
- Nursafitri, D. S. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Perusahaan Media Online Sukabumiupdate.Com*. <https://elibrary.unikom.ac.id>
- Oktaviani, R., Agitashera, D., Sulestari, W., & Jakarta, A. (2025). PENGARUH KAMPANYE #BIJAKBERPLASTIK TERHADAP PERUBAHAN SIKAP MENGURANGI PENGGUNAAN PLASTIK (STUDI PADA PRODUK AQUA LIFE DI INSTAGRAM). *BroadComm*, 7(1), 74–84.
<https://doi.org/10.53856/VHZVYG49>
- Pehulisa, K., Rahmiaji, L. R., & Ulfa, N. S. (2024). ANALISIS RESEPSI KONTEN SOFT SELLING BERBENTUK PARODI PADA PRODUK TENUE DE ATTIRE DI TIKTOK. *Interaksi Online*, 12(4), 355–364.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/47283>
- Pratiwi Eka Sari, T., & Kurniawati. (2022). Pengaruh CRM Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Online Shop. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 124–141. <https://doi.org/10.30656/JM.V12I2.5031>
- Puspita, M. (2023). *Profil Haus! yang Hentikan Kerja Sama dengan Produk Terafiliasi Israel | tempo.co*. <https://www.tempo.co/ekonomi/profil-haus-yang-hentikan-kerja-sama-dengan-produk-terafiliasi-israel--119620>
- Rahma, A. (2018). *Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah 1 Kota Magelang [UIN Sunan Kalijaga]*. https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31375/1/13210050_BAB-I_V_DAFTARPUSTAKA.pdf

- Rasji, Bravo, A., Hasta, B. J. H., & Nainggolan, M. A. (2025). Tantangan Demokrasi sebagai Suatu Sistem yang Dinamis di Era Digital: Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Proses Politik Nasional. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(1), 66–72. <https://doi.org/10.38035/JIM.V4I1.832>
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOCIAL MEDIA, KUALITAS LAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA PT. SINAR GALESONG MANDIRI MALALAYANG MANADO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 3933–3942. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V6I4.21918>
- Richarderson, A. (2010). *Using Customer Journey Maps to Improve Customer Experience*. <https://hbr.org/2010/11/using-customer-journey-maps-to>
- Rizkia, A. A., Rahmawati, S., & Penulis, K. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ANTI MONOPOLI DAN PERSAINGAN BISNIS TIDAK SEHAT : GLOBALISASI EKONOMI, PERSAINGAN USAHA, DAN PELAKU USAHA. (LITERATURE REVIEW ETIKA). 2(5). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5>
- Rosenbaum, M. S., Otalora, M. L., & Ramírez, G. C. (2017). How to create a realistic customer journey map. *Business Horizons*, 60(1), 143–150. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2016.09.010>
- Rulli Nasrullah. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*.
- Ruslan. (2013). *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8458/1/Kiat%20Dan%20Strategi%20Kampanye%20Public%20Relations.pdf>
- Sangadji et al. (2013). Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian - Dr. Etta Mamang Sangadji, M.Si, Sopiah, M.Pd., MM., Dr. - Google Books. Dalam 2013. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=6esNEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Sangadji,+Etta+Mamang+%26+Sopiah.+\(2013\).+Perilaku+Konsumen+Pendekatan+Praktis+Disertai+Himpunan+Jurnal.+Yogyakarta:+Andi+Offset.&ots=4wqQTDOgS5&sig=D7MCJd_qWwpBg_PtSVoDV5dBbi8&redir_esc=y#v=onepage&q=Sangadji%2C%20Etta%20Mamang%20%26%20Sopiah.%20\(2013\).%20Perilaku%20Konsumen%20Pendekatan%20Praktis%20Disertai%20Himpunan%20Jurnal.%20Yogyakarta%3A%20Andi%20Offset.&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=6esNEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Sangadji,+Etta+Mamang+%26+Sopiah.+(2013).+Perilaku+Konsumen+Pendekatan+Praktis+Disertai+Himpunan+Jurnal.+Yogyakarta:+Andi+Offset.&ots=4wqQTDOgS5&sig=D7MCJd_qWwpBg_PtSVoDV5dBbi8&redir_esc=y#v=onepage&q=Sangadji%2C%20Etta%20Mamang%20%26%20Sopiah.%20(2013).%20Perilaku%20Konsumen%20Pendekatan%20Praktis%20Disertai%20Himpunan%20Jurnal.%20Yogyakarta%3A%20Andi%20Offset.&f=false)
- SARDIA, S. (2024). *Pengaruh Strategi Soft Selling, Content Marketing dan Live Streaming Terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM di Kota Parepare*. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/8651/>
- Sefani, H. F., Wuysang, J. M., Fernando, J., & Supiyandi, A. (2025). ANALISIS SOFT-SELLING BRAND FASHION LOKAL PADA KONTEN TIKTOK @TENUEDEATTIRE. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(2), 138–160. <https://doi.org/10.59408/JNK.V3I2.72>
- Sudijono, A. (2017). Pengantar Evaluasi Pendidikan. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*, 2(1), 50. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/pengantar-evaluasi-pendidikan/>

- Sudjana, N. (2012). *PENELITIAN DAN PENILAIAN PENDIDIKAN*. Sinar baru Algensindo. <https://perpustakaan.binadarma.ac.id/opac/detail-opac?id=3486>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=MGOs5rkAAAAJ&citation_for_view=MGOs5rkAAAAJ:a9-T7VOCCH8C
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta, CV.
- Sulistiowati, R., Faiz Fadl Lulloh, A., Dwi Restanti, Y., Pawyatan Daha, U., Kunci, K., Kerja, M., & Ukuran Perusahaan, D. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Food and Beverage yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2018-2022: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 902–908. <https://doi.org/10.31004/JERKIN.V3I4.570>
- Sulisworo, D., Wahyuningsih, T., & Baegaqi Arif, D. (2012). *Hibah Materi Pembelajaran Non Konvensional 2012*.
- Syafrickurniasari, N., & Widiani, P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/937>
- Tempo.co. (t.t.). *Indeks Demokrasi Indonesia 2024 Turun Tiga Peringkat* | *tempo.co*. Diambil 8 Juni 2025, dari <https://www.tempo.co/politik/indeks-demokrasi-indonesia-2024-turun-tiga-peringkat-1215333>
- Tio Setyo, K. (2012). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MAHASISWA UNY MENGGUNAKAN SEPATU SEPAKBOLA SPECS*.
- Tueanrat, Y., Papagiannidis, S., & Alamanos, E. (2021). Going on a journey: A review of the customer journey literature. *Journal of Business Research*, 125, 336–353. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2020.12.028>
- Tuten, T., & Mintu-Wimsatt, A. (2018). ADVANCING OUR UNDERSTANDING OF THE THEORY AND PRACTICE OF SOCIAL MEDIA MARKETING: INTRODUCTION TO THE SPECIAL ISSUE. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(1–2), 1–3. <https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1393277;WGROU:STRING:PUBLICATIION>
- Umar, H. (Husein). (2014). Faktor-faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi dan Logistik*, 1(2), 127–138. <https://www.neliti.com/publications/112323/>
- Venus, A. (2004). *View articleManajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=YO2XVV0AAAAJ&citation_for_view=YO2XVV0AAAAJ:dhFuZR0502QC
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 122–146. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200201>

- Weda, W., Dewi, A., & Syauki, W. R. (2022). Pesan Kampanye Non-Government Organization terhadap Permasalahan Sampah Plastik. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, 5(2), 159–171. <https://doi.org/10.38194/JURKOM.V5I2.428>
- Wijaya, R. (2023). *PENGARUH KENYAMANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RAP KARAOKE KOTA SUNGAI PENUH*.
- Wisesa, Y. (2022). *Survei Partisipasi Politik Milenial dan Gen Z di 2024 Tinggi | IDN Times*. https://www.idntimes.com/news/indonesia/survei-partisipasi-politik-millennial-dan-gen-z-di-pemilu-2024-tinggi-00-jkxzp-jj86nc?utm_source=chatgpt.com
- Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global: Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong. *MBIA*, 19(3), 293–308. <https://doi.org/10.33557/MBIA.V19I3.1167>
- Zahwa, M., & Fuadzi, F. A. (2024). ANALISIS DEMOKRASI INDONESIA DALAM MEWUJUDKAN CITA CITA BANGSA. *Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 5(4), 1–10. <https://doi.org/10.3783/CAUSA.V5I4.4191>