

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Dailey, Patrick R. (2009). *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Burlington, Linkage
- Estaswara. (2008). *Efektivitas Komunikasi Untuk Menciptakan Loyalitas Merek dan Laba Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gobé, M. (2001). *Emotional branding: The new paradigm for connecting brands to people*. New York: Allworth Press.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management*. UK: Pearson Education.
- Sanjaya, R dan Josua T. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Jurnal:

- Afrilia Mettasatya, Ascharisa. (2018) *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi*
- Christian, Albertus & Dharmayanti, Diah. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1, No. 2, h1-13.
- Stoeva, M. (2017). *Emotional Branding Online: Case Study: Nike*
- Joshi, A., & Nema, G. (2015). *Emotional Branding: A New Way To Create Brand Loyalty For FMCG Companies*.
- Lestari, F.A., & Nataly, F. (2020). *Studi Deskriptif Kualitatif Loyalitas Brand Wardah di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju*.
- Rohanah, A. (2018). *Promosi Berbasis Emotional Branding Pada Perpustakaan KINERUK*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Setiadi, G., Waluyo, H.D., & Ngatno, N. (2015). *Pengaruh Emotional Branding, Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan J.CO Java Mall*.

Stoeva, M. (2017). Emotional Branding Online: Case Study: Nike
Suryati, Lili. (2015). Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan
Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Deepublish.

Website:

<https://www.marketingsociety.com/the-library/future-sense-defining-brands-through-scent> (diakses pada 14 Mei 2021)

https://www.tailormadefragrance.com/en_int/blog/customized-home-fragrances-brand-identity/ (diakses pada 14 Mei 2021)

<https://fashionandtextiles.springeropen.com/articles/10.1186/s40691-018-0164-y>
(diakses pada 14 Mei 2021)

<https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/> (diakses pada 18 Mei 2021)

<https://www.topbrand-award.com/en/2021/01/bedak-muka-tabur-fase-1-2021/>
(diakses pada 18 Mei 2021)

<https://www.harmony.co.id/blog/emotional-branding-strategi-menciptakan-customer-loyal> (diakses pada 20 Mei 2021)

<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/> (diakses pada 20 Mei 2021)

<https://twitter.com/HmnsId/media> (diakses pada 10 Juni 2021)

<https://madeforhmns.com> (diakses pada 10 Juni 2021)

<https://www.instagram.com/hmns.id/> (diakses pada 10 Juni 2021)