

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abd. Rohman, M. A. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen*. Inteligencia Media.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Aminuddin Hamdat. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. GCAINDO.
- Ansari Harahap, Dedy dan Amanah, Dita. 2018. *“Pengantar Manajemen”*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2023. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka. Cipta.
- Arsyad. 2020. *Manajemen*. Nas Media Pustaka.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., Sukomo. 2023. *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek*. Cetakan Pertama. Qiara Media, Jawa Timur.
- Gobe, M. 2016. *Emotional branding: The new paradigm for connecting brands to people*. Simon and Schuster.
- Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan. 2017. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hery, 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Anggota IKAPI PT Grasindo.
- Indrasari, Methiana, 2019. *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Edisi Pertama Cetak Pertama. Jakarta: Penerbit Unitomo Press.
- Irawan, Handi. 2012. *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kartajaya, Hermawan. 2015. *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit* (Bahasa Indonesia). Bandung: Mizan.

- Khan, W. et al. 2021. *'Deception in the eyes of deceiver: A computer vision and machine learning based automated deception detection'*, Expert Systems with Applications.
- Klein, K., et al. 2016. *Brand Image Evaluations: The Interactive Role of Country of Manufacture, Brand Concept, and Vertical Line Extension Type*
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2020. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kusniawati. 2025. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Mesiono. 2019. *Manajemen dan Organisasi*. Medan: CV. Perdana Mulya Sarana.
- Meylano, N. H., dkk. 2024. *Emotional branding*. Eureka Media Aksara.
- Panjaitan, R. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Prasetyo & Febriani 2020. *Strategi Branding: Teori dan Perspektif. Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Priansa, D. J. 2021. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial* (Edisi Pert). CV Pustaka Setia.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Shinta. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Bramawijaya Press.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen (Setiyawami, Ed.; Edisi Cetakan ke-4)*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Sutopo, Ed.; Kedua)*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suhardi. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Suwanto, M.Si & Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen. Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta CV.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Wahjono, S. I. 2022. *Struktur organisasi*. Dalam *Perilaku Organisasi di Era Revolusi Industri 4.0*. Depok: Rajawali Pers/RajaGrafindo Persada.

Sumber Jurnal :

- Abdilhaq, R. G. 2020. *Pengaruh Experiential marketing dan Emotional Brand Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Malang*. e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma. Link/ DOI: <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6393>
- Achyar, A., & Rahardiana, A. 2019. *Analisis Pengaruh Visual Merchandising Pada Perilaku Impulse Buying: Studi Merek H&M*. *Emerging Markets: Business and Management Studies Journal*, 6(1), 43–57. Link/ DOI: <https://scholar.google.com/citations>
- Andreani, F. 2017. *Experiential marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–8. Link/ DOI: <https://www.academia.edu/>
- Azhar, F. N., & Nirawati, L. 2022. *Pengaruh experiential marketing dan emotional branding terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen Starbucks di Surabaya*. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 528–535. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.445>
- Baek, S., Casciani, D., & Nobile, A. 2022. "Mapping the digital transformation in the fashion industry". *Journal of Fashion Marketing and Management*. Link/ DOI: <https://www.sciencedirect.com/org/journal/journal-of-fashion-marketing-and-management-an-international-journal/>
- Dewi, R. K., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. 2015. *Pengaruh Experiential marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu)*. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 28(1), 1–6. Link/ DOI: <https://www.neliti.com/publications/>
- Dewita, Icha Caesarni. 2019. *Pengaruh Emotional Brand Attachment terhadap Consumer-Based Brand Equity dengan Consumer Satisfaction sebagai*

- Mediator*. Jurnal Ekonomi 21(1): 60–73. Link/ DOI: <https://doi.org/10.37721/je.v21i1.530>
- Fatimah, I. S., Suhud, U., & Wibowo, A. (2024). *The Influence of TikTok Content on Purchasing Decisions and Consumption Behavior of High School Students*. International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management. <https://doi.org/10.21009/ISC-BEAM.013.130>
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. 2019. *Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta*. Jurnal Manajemen Bisnis, 10(1), 35–54. Link/DOI: <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Firdy Esterina Christy. 2020, August 31). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*. Tempo.Com. Page 2. 81. Link/ DOI: <https://www.tempo.co/data/data/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>
- Franky, F., & Rahmat Syah, T. Y. 2023. *The Effect of Customer Experience, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty on Brand Power and Willingness to Pay a Price Premium*. Quantitative Economics and Management Studies, 4(3), 437–452. Link/ DOI: <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1639>
- Frans Sudirjo. 2025. *Pengaruh Pemasaran Pengalaman Storytelling Merek dan Keterlibatan Emosional terhadap Loyalitas Merek Studi Kasus Brand Fashion Lokal Indonesia*. Sanskara Manajemen dan Bisnis Vol. 4, No. 01, November, pp. 121-129 ISSN: 2963-024X, Link/ DOI: <https://doi.org/10.58812/smb.v4i01>
- Gede Suardana. 2024. *Peran Brand Experience dan Experiential marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pertemuan Artha Dharma Desa Sinabun Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis Volume 9, Number 1, 2024 pp. 54-61. Link/ DOI: <https://doi.org/10.38043>.
- Hadiputri, S., Pujiyanto, T., & Purnomo, D. 2022. *Analisis pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan pelanggan di 372 Kopi Setiabudhi Kota Bandung*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 6(1), 9–21. Link/ DOI: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.2>
- Haidar, N. F., & Martadi, M. 2021. *Analisis Konten Visual Post Instagram Rilis dalam Membentuk Customer Engagement*. Jurnal Barik, 2(2), 121–134. Link/ DOI: <https://ejournal.unesa.ac.id/>

- Harijanto, F. R., & Lawrence, K. 2024. *Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen di Welabajo Hotel Labuan Bajo*. Jurnal Manajemen Perhotelan, 10(2), 91–105. Link/DOI: <https://doi.org/10.9744/jmp.10.2.91-105>
- Helmi, A., Komaladewi, R., Sarasi, V., & Yolanda, L. (2023). *Characterizing Young Consumer Online Shopping Style: Indonesian Evidence*. Sustainability, 15(5), 3988. <https://doi.org/10.3390/su15053988>
- Kader, Mukhtar Abdul. 2022. *Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Alfamart Jl. Husein Kartasasmita Kota Banjar)*. Business Management And Enterprenership Journal. Volume 4 Nomor 3 September 2022. Link/ DOI: <https://scholar.google.com/citations>.
- Khasanah, I. 2015, *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Experiential Marketing dan Rasa Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Pondok Tinggal Magelang)* (Online), Jurnal Studi Manajemen Organisasi 12, 10-20. E-Journal Undip Universitas Diponegoro. Link/ DOI: <https://doi.org/10.14710/jsmo.v12i1.13419>
- Kustini, E. 2020. *Experiential marketing, Emotional branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product*. Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura, 14(1). Link/ DOI: <https://journal.perbanas.ac.id/>
- Mudawamah, D. 2025. *Analisis implementasi job description sebagai upaya meningkatkan kinerja karyawan*. Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi (JRME), 2(1), 237–244. Link/DOI: <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3427>
- Munggaran, A., Danial, R. D. M., & Mulia, F. 2020. *Peningkatan kepuasan pelanggan melalui experiential marketing dan nilai pelanggan*. Budgeting: Journal of Business, Management and Accounting, 2(1), 191–204. Link/ DOI: <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i1.1736>
- Nirmala, R. P., & Dewi, I. J. (2011). *The Effects of Shopping Orientations, Consumer Innovativeness, Purchase Experience, and Gender on Intention to Shop for Fashion Products Online*. Gadjah Mada International Journal of Business, 13(1), 65–83. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5495>
- Oeyono, J. T., & Dharmayanti, Diah. 2013, *Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Intervening Variabel di Tator Cafe Surabaya Town Square*, (Online), Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1. No. 2, 1-9, Universitas Kristen Petra, Surabaya. Link/ DOI:

https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenpemasaran/article/view/959?utm_source=chatgpt.com

- Putri Utari. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Gowata Sakti Motor*. Link/ DOI: <http://eprints.unm.ac.id/>
- Rahma, N. W., Musa, C. I., Wardhana, M. I., Haeruddin, Musa, M. I., & Natsir, U. D. 2025. *Analisis strategi emotional branding dalam upaya membangun loyalitas konsumen brand HMNS*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 5(1), 78–88. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i1.2320>
- Rika Aprilola, 2024. *Pengaruh Emotional brand Attachment dan Brand Love Dalam Transisi dari Kepuasan Menjadi Loyalitas pada Produk Fast Fashion di Jakarta*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Vol.10 (4), 755-765. Link/ DOI: <https://doi.org/10.5281>.
- Setiadi, G., Waluyo, H. D., & Ngatno. 2015. *Pengaruh emotional branding, nilai pelanggan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan J.CO Java Mall Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4(4). Link/ DOI: <https://doi.org/10.14710/jiab.2015.9230>
- Sitorus, T., & Yustisia, M. 2018. *Milawati Yustisia The Influence Of Service Quality And Customer Trust Toward Customer Loyalty*. The Role Of. International Journal for Quality Research, 12(3), 639–654. <https://doi.org/10.18421/IJQR12.03-06>
- Sonia Evalina Lanur, 2023. *Dampak Experiential marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Pada Produk Fashion Baju Wanita Toko Online Nyonyah Style Di Solo*. Edunomika Vol. 07, No. 02, 2023. Link/ DOI: <https://doi.org/10.29040>
- Yuda Wijanarka, 2014. *Pengaruh Emotional branding dan Experiential marketing Terhadap Loyalitas Merek Eiger Adventure Melalui Brand trust dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Eiger Adventure Store Semarang)*. Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2014, Vol 2 no. 5 Hal. 1-12. Link/ DOI: <http://ejournal-s1.undip.ac.id>.
- Yuliawan, Eko., & Ginting, Mbayak. 2016. *Pengaruh Experiential marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota*. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, Volume 6 (hlm. 1-11). Link/ DOI: <https://media.neliti.com/>
- Zena, P.A. & Hadisumarto, A.D. 201), *The Study of Relationship Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction and*

Customer Loyalty, Asean Marketing Journal Vol. IV, No. 1, June 2012.
Link/ DOI: <https://doi.org/10.21002/amj.v4i1.2030>