

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Pert). Aswaja Pressindo.
- Chang, W. J. (2021). Experiential marketing, brand image and brand loyalty: a case study of Starbucks. *British Food Journal*, 123(1), 209–223. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2020-0014>
- Cintya, N. T. (2016). *PENGARUH CITRA MEREK, MOTIVASI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH ASURANSI TAKAFUL KELUARGA BENGKULU*. 1–23.
- Danny Alexander Bastian. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Koswara, S. (2009). Pengolahan Aneka Kerupuk. *Ebookpangan.Com*, 1–31. <http://tekpan.unimus.ac.id/wp-content/uploads/2013/07/PENGOLAHAN-ANEKA-K-E-R-U-P-U-K.pdf>
- N, Dodi; S, D. (2022). *Customer Relationship Management and Recommendation for Implementation in the Defense Industry.pdf* (p. 34). *Journal of Industrial Engineering & Management Research*.
- Nafiah, K., & Trihudyatmanto, M. (2021). MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN YANG DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN EXPERIENTIAL MARKETING. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.36596/ekobis.v9i1.487>
- Normadewi, B. (2012). ANALISIS PENGARUH JENIS KELAMIN DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP PERSEPSI ETIS MAHASISWA AKUNTANSI DENGAN LOVE OF MONEY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Universitas Diponegoro Semarang*, 55.
- Nursaidah. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Relationship Management Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 85–95.
- Pramono, R. A. (2013). Pengaruh brand awareness, perceived quality dan brand image terhadap brand satisfaction dan brand loyalty pada jasa biro perjalanan antar kota di Kota Malang (Studi pada pelanggan biro perjalanan Kirana Tour dan Travel, Siluet Tour and Travel dan Bali Pri. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 354.
- Prasetyo, M. H. (2016). Analisis Experiential Marketing Terhadap Brand Image Serta Dampaknya pada Tourist Satisfaction di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 54–74. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/2628>
- Prastyka, R. C. (2018). *ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus di Gudel Coffee, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan)* (p. 112). Skripsi, Universitas Brawijaya, Fakultas Pertanian.
- Putra, I. W. G. G. P., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4328. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p12>

- Rahmadani, S. (2017). *PENGARUH BRAND LOYALTY, BRAND ASSOCIATION, BRAND AWARENESS, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN-SU)* (p. 113). Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Rido, E., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek (Survei Konsumen Operator Simpati di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 158–169.
- Same, S., & Larimo, J. (2012). *Marketing Theory: Experience Marketing and Experiential Marketing*. 480–487. <https://doi.org/10.3846/bm.2012.063>
- Sarastiti, H., Farida, N., & Ngatno, N. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Dan Consumer Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Study Pada Inul Vizta Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 344–353.
- Sjafitri, H., Ramadan, Y. H., & Candra, Y. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Brand Image Bank Nagari Cabang Ulak Karang Padang. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, IV(2), 30–38.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi Kedu). ALFABETA.
- Syahliandra, D. (2011). *Analisis Experiential Marketing Terhadap Brand Loyalty Pada Arena Bermain X Oleh : Dibya Sasmaya Syahliandra Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat dalam mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen*.
- Widi Utomo Ichsan. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, 8(1), 84.
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Indra Wijayanto Sri Setyo Iriani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 910–918. <https://docplayer.info/33185704-Pengaruh-citra-merek-terhadap-loyalitas-konsumen.html>
- Wildyaksanjani, J. P., & Sugiana, D. (2018). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 10. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.8754>