

## DAFTAR RUJUKAN

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Adhitya Fajar Yufizar. 2017. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Jatra Pekanbaru. JOM Fekon Vol. 4 No. 1.
- Abdillah, Dkk, 2020. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Perceived Quality* terhadap Kepuasan Pengunjung (Suatu Studi pada Pengunjung *Green Canyon* Pangandaran). Business Management and Entrepreneurship Journal. Volume 2 | Nomor 4 |.
- Anggara & Oktafiani, 2021. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan Konsumen Reddoorz Damanaka. eProceedings of Management. Vol 8, No 3.
- Binti Azizah, (2017), Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bank Syariah Di Kota Malang. Skripsi.
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A. Service Marketing (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.2003
- Boby Setiawan Putra, 2017. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Aryaduta di Pekanbaru. JOM Fekon Vol. 4 No. 1.
- Desi Susanti, 2017. Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Kelas Ekonomi di Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 5. e-ISSN : 2461-0593.
- Delgado, E., Manuera, J.L. and Yague, M.J. (2003), "Development and Validation of a brand trust scale", International Journal of Market Research, Vol. 45 No. 1, pp. 35-54.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. Consumer Behavior, 8th d, Orlando: The Dryden Press.
- Fahmi & Suwitho, 2019. Pengaruh *Experiential Marketing*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 8, Nomor 3, Maret 2019.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Mnajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2006). *Statistik Parametrik: Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. ‘‘Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS’’. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hilman dan Marlana. 2020. Pengaruh *Experiential Marketing* dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Gubug Makan Mang Engking Juanda Sidoarjo. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 15, No 2. ISSN 1978-3884 (Printed) 2685-6654 (Online)
- Indrawati dan Amalia, 2020. Dampak *Sense, Feel, Think, Act, Relate* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe di Surabaya. Volume 04 Nomor 01 (Juni, 2020) 23-36. p-ISSN 2580 – 4928.
- Kango, Dkk 2020. *Analysis of the Description of Experiential Marketing, Store Atmosphere and Local Retail Customer Satisfaction of Gorontalo City, Indonesia. International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre)*. Volume 6, Issue 12. E-ISSN : 2454-8006.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 1 dan 2. Jakarta PT. Prenhallindo.
- Kotler, (terjemahan A.B.Susanto), 2003, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kustini, 2007. Penetapan *Experiential Marketing*. 7(2), h. 44-57.
- Kusumati,Andriani. 2011. Analisis pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Konsumen dan *Loyalitas Konsumen* : Kasus *Hypermart Malang Town Square*. Malang : Universitas Brawidjaya.
- Kustini., (2011). *Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product*. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 14, No. 1.
- Lau, Geok Then and Sook Han Lee. *Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand loyalty*, *Journal of Market Focused management*. 1999
- Marsellina dan Budiono. 2019. Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan *Uniqlo* di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume I No. 4. Hal: 788-794.
- Muhammad Teza Taufik, 2017. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan Pelanggan dan *Loyalitas Pelanggan Labersa Grand Hotel dan Convention Centre* di Pekanbaru. *JOM Fekon* Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017.

- Murtiasih & Febriani, 2020. *The Effect of Experiential Marketing on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as the Intervening Variable in Mobile Banking User*. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM). Volume 22, Issue 11. Ser. I. e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668.
- Pine, B. Joseph II, and James H. Gilmore, 1999, Welcome to The Experience Economic. *Harvard Business Review*, 76 (July – August) 97-105.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmasari, Ella Novia dan Puspitorini. 2020. Pemanfaatan Belimbing Wuluh (Averrhoa Bilimbi L) dan Minyak Zaitun untuk Masker Perawatan Wajah. *Journal of Beauty and Cosmetology*, Vol 2, No 1, 2020.
- Rahmawati, Dkk, 2019. Determinasi Emosional Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Skin Care Clinic. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 8.5. 475-492. ISSN : 2337-3067.
- Scmitt, Bernd H, 1999, *Experiential Marketing: How To Get Consumers To Sense, Feel, Think, Act and Relate to your Company and brands*. New York: The Free Press.
- Spreng, Richard A., Scott B. Mackenzie and Richard W. Olshavsky. 1996. A Reexamination of The Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing*. Vol. 60 July. 15-32.
- Susanti, Dkk (2021). Pengaruh *Experiential marketing* dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada pengguna smartphone samsung di kota yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 4 No 1.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono. (2003). *Total Quality Management, Edisi Revisi*, Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, 2009. (dalam Buku *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Dr.Meithiana Indrasari.2019).
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Umar, Husein. 1997. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Edisi

Ketiga. Cetakan Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo.

Umar, Husein 2002. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Prasetya, Yudistira Indraprasta Sufi (2019). Pengaruh *Brand Trust* dan *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan konsumen (Survei pada Pengguna TCASH selama 3 Bulan Pemakaian di GraPARI Kota Malang) Skripsi.

Wulur, Dkk (2020). *Effect of Service Quality and Brand Trust on Customer Satisfaction and Customer Loyalty Pertamina Hospital Balikpapan. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. Vol-4, Issue-1, 2020 (IJEBAR). E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771.

