DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, S. (2017). Pengaruh Citra Merek DBL terhadap Keputusan Pembelian Kaos Olahraga Basket di DBL Store Surabaya. *Doctoral Dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*.

Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.

Arima, S. I., Rahmi, F., & Sari, S. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Penerbangan Lion Air Kota Padang. *Perbanas*, *9*(1), 82–91.

Basu, S. (2002). *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Salemba Empat.

Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, *73*(3), 52–68. https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52

Cooper, D. R., & Emory, W. C. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Erlangga.

D. Soebakir, B., Lumanuw, B., & Roring, F. (2018). Pengaruh Brand, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(4). https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21910

Durianto, D. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia Pustaka Utama.

Durianto, D., & Sitinjak, T. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset

ekuitas dan perilaku merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.

Kartajaya, H. (2002). *Hermawan Kartajaya on Marketing*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Kartajaya, H. (2004). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Kesatria, Y., Tarigan, K., & Prihatini, A. E. (2017). *Pengaruh Brand Experience Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air (Dengan Rute Semarang-Jakarta)*. 1–9.

Kotler, P., & Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Kede). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (14th editi). Prentice-Hall Published.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-1). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Landa, R. (2006). *Designing Brand Experience: Creating Powerful Integrated Brand Solutions*.

Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Upp Amp Ykpn.

Schmitt, B. H. (1999). Experiental Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands. *The Free Press, New York*.

Stanton, W. J. (1978). *Fundamentals of Marketing* (5th ed). McGraw-Hill Book

Company.

Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. CV Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Suhartono, A. W., Jurusan, D., & Komunikasi, D. (2004). *Pentingnya Perilaku Konsumen Dalam*. 107–113.

Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (edisi 3). Penerbit Andi.

Yowanda, H. B. (2017). STRATEGI PEMASARAN PENERBANGAN BERKONSEP LOW COST CARRIER (LCC) DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi Pada Maskapai Penerbangan Pt. Garuda Indonesia Citilink). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *51*(2), 168–178.