

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2003). *"The Power of Branded Differentiator"* dalam *MIT Sloan Management Review* (Vol. 45). Cambridge Univ.
- Aaker, D. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Cetakan Ketiga.
- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek* (Aris Ananda (ed.)). Spektrum Mitra Utama.
- Ambler, T., C.B, B., Julie, E., Lane, K. K., N, L. K., & Mittal, V. (2002). Relating Brand And Customer Perspectives On Marketing Management. *Journal of Service Research*, 5(1), 13–25.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action* (Cincinnati (ed.); 6th ed.). South Western College Publishing.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Astuti, S. W., & Cahyadi, I. G. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya diri pelanggan di Surabaya atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Majalah Ekonomi, Tahun XVII*.
- Baldauf Artur, Cravens Karen, & Binder Gudrun. (2003). Performance Consequences of Brand Equity Management Evidence from Organization in the Value Chain. *Journal of Product & Brand Management*, 12(4), 220–236.
- Barrigusti, N. (2020). Pengaruh Perceived Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Bangkinang ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- 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*, Vol.73, No.2.
- Budiyanto, I. M. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Desa Sidan Kec. Gianyar, Kab. Gianyar Tahun 2015. *Program Studi Pendidikan Ekonomi*.
- Chanaya, N., & Sahetapy, L. (2020a). (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Wedding Organizer Perfect Moment. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 8(1).
- Chanaya, N., & Sahetapy, L. (2020b). Pengaruh Brand Experience Dan Electric Word Of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Wedding Organizer Perfect Moment. *Manajemen Bisnis*.
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Garvin, & Davis. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu* (Terjemahan M.N. Nasution (ed.)). Erlangga.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivarians dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.

- Harjati, L., & Sabu, O. (2014). Pengaruh Persepsi Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), 25–30.
- Kartajaya, H. (2010). *Brand Operation, The Official MIM (Markplus Institute of Marketing) Academy coursebook*. Esensi Erlangga.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3rd ed). Prentice Hall Internasional Inc.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (13th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (. Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Lane, K. K. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Manajemen). Erlangga.
- Miftah Toha. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Grafindo Persada.
- Nyohardi, P. (2016). PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND SATISFACTION DAN BRAND ATTITUDE. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 52, 159–185.
- Sadat, A. M. (2009). *Brand Belief:Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Salemba Empat.
- Sahin, A. Z., & Kitapci, H. (2011). The effect of brand experience, trust, and satisfaction on building brand loyalty. *Journal Of Marketing*, 1288–1301.
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. ANDI.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). Prentice Hall Inc.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT.Indeks.
- Schmitt, B. H. (1991). *Experiential Marketing : How to Get Customer to sense,feel,think,act,relate*. Free Press.
- Sugiyono. (2001). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Metode Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Caps.
- Suprpti, S. (2010). *Perilaku Konsumen*. Udayana University Press.
- Swatha, B., & Handoko, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPEE.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2012). *Manajemen Jasa* (4th ed.). Andi.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.

Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. CV. ANDI OFFSET (Penerbit Andi).