

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, M., Ellitan, L., & Ika Handayani, Y. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Love dan *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* dengan Mediasi Brand Trust pada Kedai Mixue di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(9).
- Artiniwati, N. N. J., Rinuastuti, B. H., & Septiani, E. (2022). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap Brand Trust Dalam Pembentukan *Brand Loyalty* Produk Scarlett Whitening. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 2(2), 50-60.
- Brakus, J. J., H Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2009). *Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?* *Journal of Marketing*, 73, 1547–7185.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Data, A. (2014). Teknik Pengumpulan Data. *Jurnal Pendidikan Mipa Susunan Redaksi*, 4.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Febrianti, Z., & Susila, I. (2025). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui Perceived Quality Dan *Brand Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Skincare Korea. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 42-64.
- Firmansyah, M., Purnamasari, D. L., & Kartika, I. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME. *Jurnal Witana*, 02, 19–26.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). *The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and findings*. *Journal of Marketing*, 60(4), 7–18.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Grisaffe, D.B., & Nguyen, H.P. (2011). Antecedents of emotional attachment to brands. *Journal of Business Research*, 64 (10) : 1052 - 1059.

- Gusandra Saragih, M., Surya, E. D., Rahayu, S., Harahap, R., & Widodo, S. (n.d.). *Analysis Of Brand Experience And Brand Satisfaction With Brand Loyalty Through Brand Trust As A Variable Mediation*.
- Iglesias, O., Singh, J. J., & Batista-Foguet, J. M. (2011). *The role of brand experience and affective commitment in determining brand loyalty*. *Journal of Brand Management*, 18(8), 570–582.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Phillip, Keller, Kevin, Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. USA: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (12th Editi). Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Y. S. (2014). Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Satisfaction* dan *Brand Trust* Harley Davidson di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2, 1 - 11.
- Marliawati, A., & Cahyaningdyah, D. (2020). Management Analysis Journal Impacts the Brand of Experience and Brand Image on *Brand Loyalty*: Mediators Brand of Trust Article Information. In *Management Analysis Journal* (Vol. 9, Issue 2). <http://maj.unnes.ac.id>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Faktor-Faktor Perilaku Konsumen*.
- Oliver, R. L. (1999). *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44.
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Pangestika, T. K., & Khasanah, I. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, *Brand Experience*, Brand Trust, dan *Brand Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* Financial Technology: E-Wallet (Studi pada Pengguna Dana di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).

- Pertiwi, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati, A. (2017). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Brand Satisfaction*, Brand Trust dan *Brand Loyalty* (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 20-35.
- Rakhmawati, H., & Tuti, M. (n.d.). *Brand Experience* Affects Brand Attitude, Brand Attachment, *Brand Satisfaction*, and *Brand Loyalty* on Customer Make Over. In *Jurnal Dinamika Manajemen* (Vol. 14, Issue 1). <http://jdm.unnes.ac.id>
- Reichheld, F. F., & Teal, T. (1996). *The Loyalty Effect: The Hidden Force Behind Growth, Profits, and Lasting Value*. Harvard Business School Press.
- Sugiyama, A. G., Febiano, E., & Pambudy, S. B. (2017). *STUDI KASUS PADA WISATAWAN NUSANTARA DI KARTIKA SARI BANDUNG*. 17(1), 1–14. <http://journal.maranatha.edu/jmm>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (n.d.). ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK. *MODUS*, 32(1), 25–4