

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggara, Sofyan (2019). Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Neucentrix Data Center (Studi Kasus Pada PT. Telkom Bengawan 2019). *Jurnal Universitas Telkom*.
- Astari, W. F., & Pramudana, K. A. S. (2016). Peran Experiential Value Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 10.
- Basuki, 2015. Analisis Regresi. Rajawali pers.
- Chang, W. J. (2020). Experiential Marketing, Brand Image And Brand Loyalty: A Case Study Of Starbucks. *British Food Journal*.
- Citra, Anri (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Pada Perusahaan J&T Express Di Bandung). *Administrasi Bisnis*. Universitas Telkom, Bandung.
- Deka, R. E. (2019). Pengaruh Brand Association Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Startup Fintech Ovo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3.
- Djarmiko, Yesaya (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen di The Singhasari Resort Batu. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Volume 6, No. 1 2018. Halaman 81-88.
- Dwi, Risma., K. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun 2017. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*. e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017
- Fajar, Adithya Yufizar (2017). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Jatra Pekanbaru. *Volume 4, No.1, 2017*. Halaman 939-953.

- Fasha, H. F. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Produk Zara di Kota Bandung. Telkom University, Bandung.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10 (1), 35-54.
- Ghozali, Imam, 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24. Badan Peenerbit Universitas Diponogero.
- Harlan, J. (2018). Analisis Regresi Linier. Depok: Gunadarma.
- Hadi, S. (2015). Metodologi Riset. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Hidayah, Riski Taufik. 2016. Pengaruh Brand Trust Terhadap Niat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Produk Elektronik Pada Situs Jual Beli Lazada. Universitas Jember, Jember.
- Insan, Khevin Hutahaeen (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Indihome PT. Telkom Witel Bandung Tahun 2020. Manajemen Pemasaran. Telkom University, Bandung.
- Jimmi (2015). Customers Trust In A Brand And Link To Brand Loyalty. *Journal of Marketing Focused Management*.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17 (4), 329-339.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2016). Principles of Marketing 16e Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). Marketing Management 15 Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Lisa, Ericha W. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management dan BrandTrust Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Kendaraan Toyota di Auto2000 Cabang Soekarno-Hatta Bandung Tahun 2018). Manajemen Pemasaran. Telkom University, Bandung.

- Makruf, S. S. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada PT.Marga Persada Sukabumi Bandar Lampung. Universitas Lampung.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2016). Marketing Research: An Applied Approach Updated Second European Edition. England: Pearson Education Limited.
- Marcelino, Dandy (2020). Peranan Environment Concern Dalam Meningkatkan Green Purchase Intention Konsumen Nutrifood Di Bandung Dengan Green Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Universitas Telkom*.
- Megandaru, A. G., & Oktafani, F. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Experiential Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band Burgerkill. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Murya, T. P., & Wulandari, A. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kandang Bandung. *Proseding SnaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora*, 6 (1), 229-236.
- Priansa, Donni. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, F. (2017). Riset Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rianti, O., & Oetomo, H. W. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6 (8).
- Salma, Juliane Aliani (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Reclays. *Administrasi Bisnis*. Telkom University, Bandung.
- Sigit, R. D., & Oktafani, F. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada IFI Futsal Bandung). *Jurnal. Universitas Telkom*.
- Silaturahmi, Iga (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Chingu Korean Fan Cafe Buah Batu Bandung Tahun 2019). *Manajemen Pemasaran*. Telkom University, Bandung.

- Siregar, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama Cetakan ke 4*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Smilansky, Shirra. (2017). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experience*. 2 ND Edition. Kogan Page.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., & Suastika, N. P. M. W. S. (2020). The Effect Of Experiential Marketing, Social Media Marketing, And Brand Trust On Repurchase Intention In Ovo Applications. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7 (3), 11-21.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Kota Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta. ISBN: 978- 602-289-373-8.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. ALFABETA, Bandung.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Suryanto, M. H. (2017). *Metode Riset & Analisis Saluran Distribusi: Model dan Pengukuran Kepuasan Pelanggan Saluran Distribusi*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Susilo, H., Haryono, A.T., Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Jurnal Manajemen*, Vol. 4 No. 4.
- Sutanto, G. C., & Indarwati, T. A. (2020). Hubungan antara Experiential Marketing, Layanan Restoran Prasmanan, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8 (3), 954-967.
- Syahadat, I. N., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Starbucks Coffee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Starbucks Coffee Di Bandung). *eProceedings of Applied Science*, 4 (1), 42-62.

- Syahdiany, G., & Trinanda, O. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Customer Experience Terhadap Brand Trust Transmart Carrefour Kota Padang. *Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 227.
- Syarif, Amjad (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Bengkel Auto2000 Asia Afrika Bandung. *Administrasi Bisnis*. Universitas Telkom, Bandung.
- Wahyuningtyas, F. M., Achmad, F., & Zainul, A. (2017). The Effect of Experiential Marketing on Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 61(1).
- Wibowo, Ericha Lisa: 2018. Pengaruh Costumer Relationship Management dan Brand Trus Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Kendaraan Toyota Di Auto 2000 Soekarno Hatta Bandung Tahun 2018). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Ilmu Terapan. Universitas Telkom.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer & Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wiedmann, K. P., Labenz, F., Haase, J., & Hennigs, N. (2018). The Power Of Experiential Marketing: Exploring The Causal Relationships Among Multisensory Marketing, Brand Experience, Customer Perceived Value And Brand Strength. *Journal of Brand Management*, 25 (2), 101-118.
- Winarni, E.W., 2018. *Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Yeh, T. M., Chen, S. H., & Chen, T. F. (2019). The relationships among experiential marketing, service innovation, and customer satisfaction—A case study of tourism factories in Taiwan. *Sustainability*, 11(4), 1041.

Website:

- Databoks (2019). *5 Tahun Terakhir, Rerata Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Mancanegara 14%*. [Online], Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/17/5-tahun-terakhir-rerata-pertumbuhan-kunjungan-wisawatan-mancanegara-14>. [Akses 13 Oktober 2020].
- Kompasiana (2015). *Keterkaitan Usaha Perhotelan dan Pariwisata*. [Online], Tersedia: <https://www.kompasiana.com/sofyan.ym/555479076523bd221e4af014/keterkaitan-usaha-perhotelan-dan-pariwisata>. [Akses 13 Oktober 2020].
- Ocktaviany, Tuty (2019). *Sektor Utama Ekonomi Nasional, Pariwisata Akan Menjadi Penghasil Devisa Terbesar*. [Online], Tersedia: <https://www.inews.id/travel/destinasi/sektor-utama-ekonomi-nasional-pariwisata-akan-menjadi-penghasil-devisa-terbesar>. [Akses pada 13 Oktober 2020].
- Pegipegi (2020). *RedDoorz@Hotel Damanaka Pangalengan*. [Online], Tersedia: https://www.pegipegi.com/hotel/bandung/reddoorz_hotel_damanaka_pangalengan_982435/. [Akses pada 19 Oktober 2020].
- RedDoorz (2020). *RedDoorz@Hotel Damanaka Pangalengan*. [Online], Tersedia: <https://www.reddoorz.com/id/hotel/indonesia/pangalengan/margamulya/reddoorz-jalan-roya-pangalengan>. [Akses pada 19 Oktober 2020].
- Wahyuni, Tri (2015). *Survei: Bandung Kota Terfavorit Wisatawan Se-ASEAN*. [Online], Tersedia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-269-31086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean>. [Akses pada 13 Oktober 2020].