

Rineka Cipta.

Sujarweni, V. W. (2019). *Manajemen Keuangan : Teori, Aplikasi, Dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

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

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Yaniawati, I., & Indrawan, R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Jurnal:

Abdilhaq, R. G., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Branding Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(1), 53–67.

Azizah, A. N. (2016). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Ikea Alam Sutera)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Devina, R., & Andreani, F. (2015). Analisa Pengembangan Strategi Emotional Branding Dalam Membangun Loyalitas Konsumen Garuda Indonesia Airlines. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(1), 380–395.

Hasanah, R., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa DHL Global Forwarding (Studi pada pengguna jasa DHL Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 88–97.

- Herlyati, R. A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Konsultan Pajak Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada PT FMC Indonesia Tahun 2019)*. Bandung.
- Kim, Y. K., & Sullivan, P. (2019). Emotional branding speaks to consumers' heart: the case of fashion brands. *Fashion and Textiles*, 6(1).
<https://doi.org/10.1186/s40691-018-0164-y>
- Mirza, & Anglina Febria. (2016). Hubungan antara Emotional Branding dengan Loyalitas merek pada onsmen Kartu Seluler XL. *Psikologi Integratif*, Vol. 4, pp. 63–72.
- Mufty, R. D. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Branding terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Lawangwangi Cafe and Creative Space Tahun 2016)*. Universitas Telkom.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145–159.
- Paparoidamis, N. G., Tran, H. T. T., & Leonidou, C. N. (2019). Building Customer Loyalty in Intercultural Service Encounters: The Role of Service Employees' Cultural Intelligence. *Journal of International Marketing*, 27(2), 56–75.
<https://doi.org/10.1177/1069031X19837950>
- Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2012). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experiential Marketing Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2012). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi pada Pengunjung Domestik . *Ilmu Administrasi Bisnis*, (024), 11.
- R, D. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Lawangwangi Café And Creative Space Tahun 2016)*. Bandung.

- Regar, L. E. B. (2018). *Hubungan antara Emotional Branding dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Telkomsel*. Universitas Setia Budi Surakarta.
- Rido, E., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei Konsumen Operator Simpati Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 158–169.
- Safadori, N. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Maskapai Garuda Indonesia Di Bandung Tahun 2019*. Bandung.
- Sana, & Azam, M. K. (2018). Experiential Marketing and Internet: Assessing the Role of Gender. *Management and Labour Studies*, 43(3), 169–174.
<https://doi.org/10.1177/0258042x18759851>
- Setiadi, G., Waluyo, H. D., & Ngatno. (2015). Pengaruh Emotional Branding, Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan J.Co Java Mall Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 76–89.
- Sidabutar, C. O., Suharyono, & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Konsumen Sepatu Nike di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(2), 92–99.
- Silaturahmi, I. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Chingu Korean Fan Café Buah Batu Bandung Tahun 2019)*. Bandung.
- Singla, V., & Gupta, G. (2019). Emotional Branding Scale and Its Role in Formation of Brand Trust. *Paradigm*, 23(2), 148–163.
<https://doi.org/10.1177/0971890719859668>
- Suwarsito, & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Layanan Indosat Unlimited di Cimanggis Depok). *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27–35.

Wai Lai, I. K. (2019). Hotel image and reputation on building customer loyalty: An empirical study in Macau. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38(December 2018), 111–121. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.01.003>

Yulianti, D. P. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Pada Promosi Buy 1get1 Terhadap Loyalitas Pengguna Tix Id (Studi Pada Pengguna TIX ID Di Kota Besar Indonesia)*. Bandung.

Website:

admin compass. (1998). Logo Perusahaan Sepatu Compass. Retrieved from sepatucompass.com website: <https://sepatucompass.com/>

admin compass. (2019). Permintaan Maaf Sepatu Compass dan Darahku biru. Retrieved from instagram.com website: <https://www.instagram.com/p/B6BZNPPg00a/>

admin compass. (2020). sepatucompass. Retrieved from instagram.com website: www.instagram.com/sepatucompass

admin darahkubiru. (2016). PENGANTAR. Retrieved from darahkubiru.com website: <http://www.darahkubiru.com/pengantar/>

admin pot meets pop. (2020). ABOUT POT MEETS POP. Retrieved from potmeetspopdenim.com website: <https://potmeetspopdenim.com/pages/about>

Ahimsa, R. (2020). 5 Keistimewaan Sepatu Compass Pop Meets Pop yang Ludes dalam 16 Detik. Retrieved from jogja.idntimes.com website: <https://jogja.idntimes.com/hype/viral/rijalu-ahimsa-1/5-keistimewaan-sepatu-compass-pop-meets-pop-yang-ludes-dalam-16-detik>

Apriliani, D. (2018). Bukannya Klise, Tapi inilah 7 Alasan Orang Kita Gengsi Pakai Produk Lokal. Kamu Termasuk Nggak? Retrieved June 11, 2020, from hipwee.com website: <https://www.hipwee.com/hiburan/bukannya-klise-tapi-inilah-7-alasan-orang-kita-gengsi-pakai-produk-lokal-kamu-termasuk-nggak/>

- Cahaya, K. D. (2019). Cerita Sepatu Compass yang Bikin “Sesak” Jakarta Sneaker Day 2019. Retrieved June 9, 2020, from [lifestyle.kompas.com](https://lifestyle.kompas.com/read/2019/02/08/085332420/cerita-sepatu-compass-yang-bikin-sesak-jakarta-sneaker-day-2019?page=all) website:
<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/02/08/085332420/cerita-sepatu-compass-yang-bikin-sesak-jakarta-sneaker-day-2019?page=all>
- Hendartyo, M. (2019). Antrean Khusus Pembeli Sepatu Compass di Urban Sneaker Society. Retrieved June 8, 2020, from [bisnis.tempo.com](https://bisnis.tempo.co/read/1270292/antrean-khusus-pembeli-sepatu-compass-di-urban-sneaker-society) website:
<https://bisnis.tempo.co/read/1270292/antrean-khusus-pembeli-sepatu-compass-di-urban-sneaker-society>
- Kristy, A. (2019). 10 Sneakers Lokal Terbaik, Bangga Karya Anak Bangsa! Retrieved June 1, 2020, from [tokopedia.com](https://www.tokopedia.com/blog/top-sepatu-sneakers-lokal-terbaik/) website:
<https://www.tokopedia.com/blog/top-sepatu-sneakers-lokal-terbaik/>
- Lestari, E. V. (2020). Alasan Sepatu Compass Banyak Dicari Anak Muda Masa Kini. Retrieved June 9, 2020, from [cekaja.com](https://www.cekaja.com/info/alasan-sepatu-compass-banyak-dicari/) website:
<https://www.cekaja.com/info/alasan-sepatu-compass-banyak-dicari/>
- Millennial. (2019). Antrean Rilis Sepatu Compass x Darahkubiru yang Berakhir Ricuh. Retrieved June 10, 2020, from [kumparan.com](https://kumparan.com/millennial/antrean-rilis-sepatu-compass-x-darahkubiru-yang-berakhir-ricuh-1sRRoqePSZy/full) website:
<https://kumparan.com/millennial/antrean-rilis-sepatu-compass-x-darahkubiru-yang-berakhir-ricuh-1sRRoqePSZy/full>
- Ngantung, D. (2019). Mengenal Sepatu Lokal Compass yang Diantre Ratusan Orang Sejak Subuh. Retrieved from [wolipop.detik.com](https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-4777144/mengenal-sepatu-lokal-compass-yang-diantre-ratusan-orang-sejak-subuh) website:
<https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-4777144/mengenal-sepatu-lokal-compass-yang-diantre-ratusan-orang-sejak-subuh>
- Nurfadilah, P. S. (2018). Potensi Besar, Ini 3 Subsektor Utama Ekonomi Kreatif di Indonesia. Retrieved from [kompas.com](https://sains.kompas.com/read/2018/09/25/202052726/potensi-besar-ini-3-subsektor-utama-ekonomi-kreatif-di-indonesia) website:
<https://sains.kompas.com/read/2018/09/25/202052726/potensi-besar-ini-3-subsektor-utama-ekonomi-kreatif-di-indonesia>.
- SIRCLO. (2019). Navigating Market Opportunities In Indonesia’s E-Commerce. Retrieved June 2, 2020, from insight.sirclo.com website:
<https://insight.sirclo.com/>

Wardani, A. S. (2020). Pandemi Ubah Tren Belanja Online Masyarakat saat Ramadan. Retrieved June 9, 2020, from liputan6.com website:
<https://www.liputan6.com/tekno/read/4269863/pandemi-ubah-tren-belanja-online-masyarakat-saat-ramadan>