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.

Djatmiko, Yesaya (2018). Pengaruh Experiental 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 Intervaning 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 Hutahaean (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 Experiental 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). Experiental 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 Pengaurh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan. 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-raya-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].