

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, j.a., & zeplin, j. H. T. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust ter. *Agora jurnal bisnis*, 5, no: 3, 3–4.
- Andika, s. T., maduwinarti, a., & nasution, u. C. M. (2023). Pengaruh relationship marketing dan experiential marketing terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan bening ' s clinic surabaya. *Sosialita*.
- Anggie, c., & haryanto, j. O. (2011). Analysis of the effect of olfactory, approach behavior, and experiential marketing toward purchase intention. *Gajah mada international journal of business*, 13(1), 85–101. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5496>
- Anisa, f. (2023). Pengaruh experiential marketing, e-service quality (tracking system berbasis web) dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa j&t express di pasuruan. *Journal of economic, management and entrepreneurship*, 1(1), 1–9. <https://journal.satriajaya.com/index.php/jemes>
- Aulia, n. D., saryadi, & purbawati, d. (2023). Pengaruh harga dan e-service quality terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi reddoorz di kota semarang. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 12(1), 203–209. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Blut, m. (2016). E-service quality: development of a hierarchical model. *Journal of retailing*, 92(4), 500–517. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.09.002>
- Christian, m., & setiobudi, a. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan , kepercayaan pelanggan , dan corporate image terhadap kepuasan pelanggan indonesia technology trend. *Performa: jurnal manajemen dan start-up bisnis*, 8(2), 196–204.
- Damayanti, b. D. (2023). *Pengaruh e-service quality , harga , dan promosi terhadap kepuasan pelanggan transportasi online*. 3(11), 2247–2260.
- Darno, d., yanthy, s., & yosepha, y. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna tokopedia di jakarta timur. *Jimen jurnal inovatif mahasiswa manajemen*, 3(1), 39–50. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/108>
- Fahira, a., mashur, a., & suyanto, a. (2023). Analisis pengaruh dimensi e-service quality terhadap kepuasan pelanggan fixed broadband internet indihome di indonesia. *Research article*, 1(1), 40–45.
- Fatma, m. (2023). *Corporate social responsibility and brand advocacy among consumers : the mediating role of brand trust*.
- Ghozali, i. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25. *Badan penerbit universitas diponegoro, semarang*.
- Ginting, y. M., chandra, t., miran, i., & yusriadi, y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in indonesia: an overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International journal of data and network science*, 7(1), 329–340. <https://doi.org/10.52677/j.ijdns.2022.10.001>

- Handayani, w., totok, y., prasetio, t., & pital-, e. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International journal of data and network science*, 6, 961–972. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>
- Huddin, m. N., kurnia, d., deviyantoro, & nafiudin. (2023). The relationship between customer experience, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in tourism destination. *Diponegoro international journal of business*, 6(2), 142–154.
- Kotler, p., & gary, a. (2017). Principles of marketing. *Pearson education limited*.
- Kotler, p., & kevin lane, k. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. *Erlangga*.
- Lovitasari, c. (2023). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan shopee di kota surabaya. 4(3), 669–676.
- Makanyeza, c., & chikazhe, l. (2017). Understanding mediators and moderators of the effect of customer satisfaction on loyalty. *Cogent business and management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1922127>
- Mauladdawil, t., & nugroho, r. H. (2023). The effect of experiential marketing and service quality on repurchase intention with customer satisfaction as an intervening variable (case study of lazada application users in surabaya). *Management studies and entrepreneurship journal*, 4(4), 3152–3161. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Mochamad, i., & mila, h. (2022). Studi tentang kesetiaan pelanggan berdasarkan kualitas layanan dan citra merek. *Bisnis, dan kewirausahaan*, 2(1), 13–22.
- Nafiah, k. L., & trihudiyatmanto, m. (2021). Membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, brand image dan experiential marketing. *Ekobis: jurnal ilmu manajemen dan akuntansi*, 9(1), 61–73. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v9i1.487>
- Putri, y. A., & astuti, s. R. T. (2010). Analisis pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan hotel “x” semarang. *Jurnal aset*, 12(2), 191–199.
- Rahmi, & syafitri. (2020). Pengaruh kepercayaan dan minat beli masyarakat secara online. *Al-ijtima`i: international journal of government and social science*, 6(1), 29–42. <https://doi.org/10.22373/jai.v6i1.665>
- Riyanto, a. (2018). Implikasi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada pdam cibadak sukabumi. *Ecodemica*, 2(1), 117–124. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2911/pdf>
- Sahda, f. T., putri, a. R., & kurniaty, d. (2023). Harga, kualitas layanan, dan kepercayaan pada transportasi online maxim terhadap kepuasan pelanggan. *Al-kharaj: jurnal ekonomi, keuangan & bisnis syariah*, 6(2), 2491–2507. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5343>
- Saputri, c. N., & rivai, a. R. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, sikap konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap niat beli ulang e-wallet shopeepay. *Journal of management & business*, 5(1), 153–163. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1522>
- Sari, d. A. S. I., habibah, n. N., ardany, d., aulia, z. H., & mahendra, i. G. N. A. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan mie gacoan wiyung surabaya. *Jurnal ekonomi, manajemen, dan*

*akuntansi, 1.*

- Sari, e. N., hidayat, m. S., & hartono. (2023). *Pengaruh cafe atmosphere , experiential marketing dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada cafe house of essentials Mojokerto. 1(5).*
- Schmitt, b. (1999). *Experiential marketing: how to get your customer to sense, feel, think, act and relate to your company and brands. New york: the freepress.*
- Sekaran, u., & bougie, r. (2016). *Research method for business textbook: sekaran, u., & bougie, r. (2016). Research method for business textbook: a skill building approach. John wiley & sons ltd., 1–420. a skill building approach. John wiley & sons ltd., 1–420.*
- Sekaran, u., & bougie, r. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis: pendekatan pengembangan dan keahlian. Edisi enam buku dua. Jakarta: salemba empat.*
- Sugiyono, p. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan rd. Cv alfabeta.*
- Sugiyono, p. (2019). *Metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, r&d dan penelitian pendidikan). Metode penelitian pendidikan.*
- Sugiyono, s. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, r&d. Bandung. Alfabeta.*
- Tanady, e. S., & fuad, m. (2020). *Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tokopedia di jakarta. Jurnal manajemen, 9(1), 113–123. Http://jurnal.kwikiangie.ac.id/index.php/jm/article/view/663*
- Tirtayasa, s., lubis, a. P., & khair, h. (2021). *Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Jurnal inspirasi bisnis dan manajemen, 5(1), 67. Https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929*
- Tjiptono, f. (2015). *Strategi pemasaran. Andi offset, edisi 4.*
- Tjiptono, f., & chandra, g. (2020). *Service, quality and satisfaction. Andi offset, 5.*
- Umma, z. N. (2022). *Kualitas sdm terhadap pendapatan umkm di sidoarjo ( studi dinas koperasional dan ukm profinsi jawa timur ). Economics and business, 1, 1–15.*
- Valarie a. Zeithaml, mary jo bitner, & dwayne d. Gremler. (2013). *Services marketing: integrated customer focus across the firm. Mc grawhill, 495–515.*
- Yuliana, s., & maskur, a. (2022). *Pengaruh kualitas produk , persepsi harga , kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada pelanggan sinestesa coffeeshop pati). Journal of managemnt & business, 5(c), 559–573. Https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772*