

DAFTAR PUSTAKA

- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L, 2019,. Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*,73(3), 52–68.
- Buchari Alma. 2012, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Davis, 2010,*Sistem Informasi Manajemen, Bagian I. Pengantar. Seri Manajemen No. 90-A*. Cetakan Kedua Belas,. Pustaka Binawan Pressindo, Jakarta.
- Djarwanto, P. S., & Subagyo, P, 2013, *Statistik Induktif*. BPFE, Yogyakarta..
- Ferdinand, 2014, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., 2012, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali, 2012, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP, UNDIP, Semarang.
- Kevin Lane Keller, 2013, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Disadur oleh Benyamin Molan. Indeks.
- Kotler Philip, 2014 *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G, 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Setiadi, 201, *Perilaku Pelanggan: Konsep dan. Impilikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Singgih Santoso dan Tjiptono, 2011, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi Arikunto, 2012, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.

Wahyu Wijaya Murti, 2012, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi minat beli Masyarakat terhadap Produk Handphone*, Universitas Muhammadiyah Semarang.

Yulianti, I., & Tung, W., 2013, The relationship among brand experience, brand image and customer satisfaction of Facebook users in Indonesia. *World Applied Sciences Journal*, 28(13), 100–113.

Zarantonello, L., Schmitt, B, 2014, Using The Brand Experience Scale To Profile Consumers and Predict Consumer Behavior. *Journal of Brand Management*, 17, 532-540.

