

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilhaq, R. G., Rachma, N., & Primanto, A. B. 2020. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Branding* Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Malang. *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(11), Artikel 11.
- Alief, F. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emotional Branding Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel GranDhika Setiabudi Medan*. Fakultas Sosial Sains: Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Andarisci, D. T. 2019. *Pengaruh Strategi Experiential Marketing Dan Emotional Branding Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Service Quality Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Asi, R. S. 2018. Pengaruh *emotional branding* terhadap kepercayaan dan pengaruhnya terhadap sikap pengambilan keputusan pemakaian jasa kesehatan oleh komunitas diabetes RS. Telogorwjo. *Managing Brands in 4D*, 59-109.
- Azhar, F. N., & Nirawati, L. 2022. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Branding* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui kepuasan Konsumen Starbucks di Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), Artikel 2.
- Dabu, P. 2020. Bagaimana Brand Minuman Haus! Indonesia Bisa Tumbuh Pesat Dalam 2 Tahun Terakhir? *Iconomics*. Accessed on March 11 2025 <https://www.theconomics.com/art-of-execution/bagaimana-brand-minuman-haus-indonesia-bisa-tumbuh-pesat-dalam-2-tahun-terakhir/>

- Dewi, A. R., Suryawati, C., & Arso, S. P. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Rumah Sakit terhadap Kepuasan Pasien di Indonesia: *Literature Review*. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(10), 1940–1949.
- Ghozali, 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gobe, M. 2010. *Emotional Branding : Paradigma Baru Untuk Menghubungkan Merek dengan Pelanggan*. Erlangga.
- Hartawan, T. 2024. Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,53 Persen, Beri Sumbangan Terbesar ke PDB. *Tempo*. Accessed on March 11 2025. <https://www.tempo.co/ekonomi/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-5-53-persen-beri-sumbangan-terbesar-ke-pdb--12737>
- Haus Indonesia. 2025. Accessed On April 16, 2025, from <https://haus.co.id/about>
- Indrias Putri, S. S. 2022. Penguat Ekonomi Kreatif di Era Pandemi Melalui *Digital Branding*. *Journal of Academia Perspectives*, 2(2), 161–165
- Irwansyah A. & Mappadeceng, R. 2018. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction ada Toko Online Buka Lapak. *J-MAS: Jurnal Manajemen dan Sains*, 3(2), 12-19
- Jawahar, P. D., & Maheswari, R. (2009). *Service Perception: Emotional Attachment As a Mediator of the Relationship Between Service Performance and Emotional Brand*. *The IUP Journal of Marketing Management*, 8, 2, 7-22.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari tradisional ke digital* (F. Ilyas, Trans.; A. Tarigan, Ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Malar, L., Krohmer, H., Hoyer, W. D., & Nyffenegger, B. (2011). *Emotional Brand Attachment and Brand Personality: The Relative Importance of the Actual and the Ideal Self*. *Journal of Marketing*, 75 (July), 35-52.
- Maramis, S. 2017. Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen asuransi jiwa. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.6 No.9.
- Napitupulu, R. B. 2024. Mediation Of Emotional Branding By Customer Satisfaction. *Jurnal Darma Agung*, 32(6), Article 6.

- Ningrum, E. O., Nurhajati, N., & Basalamah, M. R. (2024). *Pengaruh Relationship Marketing, Emotional Branding, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bank BRI KK Universitas Islam Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma)*. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1040–1048.
- Priyatno, Duwi. 2016. *SPSS Handbook: Analisis Data, Olah Data & Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Mediakom.
- Rahmawati, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press: Samarinda.
- Ramadhan, R., & Samsudin, A. 2023. Analisis Pengaruh *Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Uniqlo Store Ciputra World Mall Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2767–2776.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Customer Care Excellence-Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, A., & Hardilawati, W. L. 2025. Pengaruh *Experiential Marketing, Physical Evidence Dan Emotional Branding* Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*. 4(1).
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. 2021. Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 5(1), 109–130.
- Roza, E. K., Novita, D., & Fernando, Y. 2021. Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Pempek Permata Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(1), 22–30.
- Setiadi, G., Djoko, H., & 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), Article 4.
- Siska, S., Wijaya, E., David, D., Chandra, S., & Hocky, A. 2024. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Dan

- Loyalitas Konsumen Pt. Global Jasa Express. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(3), 312–321.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tibrani, T. 2020. Pengaruh *Experiential Marketing*, *Emotional Branding*, dan *Quality Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan. *BENING*, 7(2).
- Thompson, C. J., Rindfleisch, A., & Arsel, Z. 2006. *Emotional Branding and the Strategic Value of the Doppelgänger Brand Image*. *Journal of Marketing*, 70(1), 50–64.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., dan Gregorius, C. 2016. *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F. 2017. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima (III)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., dan Gregorius, C. 2017. *Pemasaran Strategik – Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Travis, Daryl. 2020. *Emotional Branding: How Successful Brands Gain the Irrational Edge*. New York: Crown Business
- Wilson, A. M., Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2016). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (3rd European ed.). McGraw-Hill Education.