

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, K., & Nurmala, N. (2023). *Experiential marketing in the budget hotel: Do Gen Y and Gen Z change the game? Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(4), 467-482.
- Ananda, F. R., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh experiential marketing terhadap keputusan berkunjung ke destinasi wisata sejarah. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 9(1), 45-55.
- Ardah, F. K. (2024). *Wawancara Sebagai Teknik Pengumpulan Data*. Dalam R. P. Anto et al., *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*. Tahta Media Group.
- Asep Mulyana, Cory Vidiati, Pri Agung Danarrahmanto, Alfiyah Agussalim, Wiwin Apriani, Fiansi, Fitra, Ni Putu Ari Aryawati, Noorsyah Adi Noer Ridha, Lisa Astria Milasari, Asister Fernando Siagian, & Stefany Margareta Martono. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Widina Media Utama.
- Ayu, J. D. (2024). *Observasi sebagai Teknik Pengumpulan Data*. Dalam R. P. Anto et al., *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*. Tahta Media Group.
- Bhadari, P. (2020) What Is Qualitative Research? Methods & Examples. <https://www.scribbr.com/methodology/qualitative-research>
- BINUS SIS. (2018, Februari 20). *Brand Identity Prism*. <https://sis.binus.ac.id/2018/02/20/brand-identity-prism/>
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh identitas merek, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pada konsumen sepatu Nike di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1–8.
- EFTI News. (2019, January 27). *LPG Destination Resilience. Tourism CrisisManagementInitiative*. <https://www.tourismcrisismanagementinitiative.com/news/lpg-destination-resilience>
- EURIB. (2009). *Kapferer's bBrand-identity Prism Model. European Institute for Brand Management (EURIB)*.
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. R., & Daulay, R. (2022). Citra destinasi dan pengalaman destinasi terhadap loyalitas: Peran mediasi kepuasan wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(1), 58–71. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Farida Indriani. (2006). *Experiential Marketing Sebagai Suatu Strategi Dalam Menciptakan Customer Satisfaction Dan Repeat Buying Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. Jurnal Studi Manajemen Organisasi, vol. 3, no. 1, pp. 28-39.
- Global Wellness Institute. (2022, Januari 11). *Industry Research: New Data on Wellness Tourism Projected to Hit \$817 Billion this Year, \$1.3 Trillion in 2025*. Link : <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2022/01/11/industry-research-new-data-on-wellness-tourism-projected-to-hit-817-billion-this-year-1-3-trillion-in-2025/>
- Global Wellness Institute. (2023, November 9). *The global wellness Economy Reaches a New Peak of \$6.3 tTrillion and is Forecast to Hit \$9 Trillion by 2028*. Link : <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/the-global-wellness-economy-reaches-a-new-peak-of-6-3-trillion-and-is-forecast-to-hit-9-trillion-by-2028/>
- Harijanto, F. R., Lawrence, J., & Aprilia, A. (2024). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen di Welabajo Hotel Labuan Bajo*. Jurnal Manajemen Perhotelan, 10(2), 91-105.
- Hendrajana, I. G. M. R., Amir, F. L., Parwati, K. S. M., & Putra, I. P. R. D. (2024). *Wellness Tourism as Future Alternative Tourism: Strategi Pengembangan Wellness Tourism di Kintamani*. Journal of Innovation Research and Knowledge, 4(7).
- Iqlima, F., & Purnamasari, D. (2025). Strategi komunikasi dalam experiential marketing guna menjaga loyalitas pengunjung desa wisata buatan. Universitas Dian Nuswantoro.
- Kapferer, J. N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term (4th ed.)*. London: Kogan Page.
- Kemendikbud. (2019). *Journey for Healthy-Life: Skenario Perjalanan Wisata Kebugaran Joglosemar, Bali dan Jakarta*. Jakarta: Kemendikbud.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2025, Januari 25). *Menteri Pariwisata Promosikan Wisata Kebugaran Lewat Wonderful Indonesia Wellness 2025*. Link : <https://kemenpar.go.id/berita/menteri-pariwisata-promosikan-wisata-kebugaran-lewat-wonderful-indonesia-wellness-2025>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management (4th European ed.)*. Harlow: Pearson Education.

- Larocca, M. T. G., Ladeira, R., Silva, Á. L. L. da, & Mello, R. C. (2020). *Experience marketing: A Study of the Conceptual Aspects*. Cadernos EBAPE.BR, 18(Edição Especial), 781–793. <https://doi.org/10.1590/1679-395120190079x>
- Laksono, A. W., & Suryadi, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, I(1), 9-12.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nur, N. (2024). *Karakteristik Penelitian Kualitatif*. Dalam R. P. Anto et al., *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*. Tahta Media Group.
- Nurmahdi, A. (2024). *Dokumentasi Sebagai Teknik Pengumpulan Data*. Dalam R. P. Anto et al., *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*. Tahta Media Group.
- Moleong, L.J. (2014). *Filsafat Eksplorasi Subjektif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Purwanti, SE., ME. (2024). *Catatan Lapangan*. Dalam R. P. Anto et al., *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*. Tahta Media Group.
- Putra, M. F. P. (2024). *Analisis Data Kualitatif*. Dalam R. P. Anto et al., *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*. Tahta Media Group.
- Putri, S. D., & Siregar, H. (2022). *Minat Berkunjung Kembali Ditinjau dari Customer Experience dan Kualitas Layanan*. *Jurnal Pemasaran Nusantara*, 5(1), 27-36
- Rahayu, F., & Tsuroyya, S. S. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Atsiri Indonesia Indonesia dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*. *The Commercialium*, 6(3), 159-163. Universitas Negeri Surabaya.
- Ratna Dewi Nur'aini. (2020). *Penerapan Metode Studi Kasus Yin dalam Penelitian Arsitektur dan Perilaku*. *Jurnal Informasi Ekspose Riset Sipil Arsitektur*, 16(1), 92-104.
- Rifani, B. Y. (2025). *Model Pengembangan Creative Wellness Tourism Berbasis Seni Batik di Laweyan, Surakarta*. *Journal of Tourism and Creativity*, 9(1)
- Saputri, W. F., & Alifahmi, H. (2024). *Pemetaan Model Brand Identity Prism untuk Peningkatan Daya Tarik Wisata Pantai Widuri*. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 225–239. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.3988>
- Schmitt, Bernard H., (1999), *Experiential Marketing : How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. The Free Press, New York.
- Suprayogi, B. M., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2023, September). *The Effect of Experiential Marketing and Brand Image on Customer Satisfaction and Customer*

- Loyalty: Coffee-shop Context*. In Proceedings of the Brawijaya International Conference on Business, Administration, Taxation, and Tourism (BICBATT 2022) (pp. 28–40). Atlantis Press.
- Suwarni, Khadijah, U. L. S., & Rachmat, H. (2021). *Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Rumah Atsiri Indonesia Indonesia di Era Adaptasi Kebiasaan Baru*. Sosiohumaniora: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Humaniora, 23(1), 97-106. Universitas Padjadjaran Bandung. ISSN 1411-0911; e-ISSN 2443-2660.
- Tabelessy, W., Sitaniapessy, R. H., & Lekatompessy, D. M. (2023). *Establishing Customer Satisfaction to Increase Customer Loyalty in Collin Beach Hotel*. Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research, 2(2), 165-176.
- Umiyati, H., Anwar, K., Yustika, S., Sugiat, M. A., Pujiastuti, E. E., Robustian, T. P., Loist, C., Sherly, S., Sihombing, B., Nugraha, K. S. W., Widiati, E., Kusuma, C. S. D., Haratikka, H., Adiningrat, G. P., & Susanto, P. C. (2020). *Tourism Marketing: The Bright Future of Tourism*. Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2024). *Brand management in the digital era (Edisi Indonesia)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Widarini, P. S. I. (2023). *Komunikasi Pemasaran Destinasi dan Sinergi Stakeholder Wellness Tourism di Soloraya*. Doctoral Dissertation. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret.
- Wijayanto, N., Agfianto, T., & Wijaya, D. A. (2022). *Diseminasi media promosi Kampung Wisata Baluwarti guna meningkatkan brand identity destinasi pariwisata budaya Kota Surakarta*. Jurnal Inovasi Penelitian (JIP), 2(12), 3921-3928.
- Wulung, L. A. (2025). *Sensory Marketing: Mengungkap Pengaruh Elemen-Elemen Sensual dalam Komunikasi Pemasaran terhadap Pengalaman Konsumen*. Jurnal Komunikasi Peradaban, 3(2), 112–123. ISSN 2986-5247. Universitas Amikom Purwokerto.
- Yuda, M. S., & Yulianti, E. (2024). *Kolaborasi Penta-Helix dan Pemetaan Brand Identity Prisma Kapferer untuk Promosi Geopark Ciletuh-Pelabuhanratu*. Repositori IMWI, 7(4), Juli-Agustus 2024.
- Yuliawan, E., & Ginting, P. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Manajemen.
- Yuwono, R., & Astuti, D. W. (2021). *Potensi Pengembangan Wellness Hospitality Tourism di Tawangmangu*. Prosiding Seminar Nasional, 282-292.