



Jurnal Manajemen Pemasaran

The Relationship Between Risk Aversion and Brand Loyalty in Men’s Care Products
Dwi Anna Kristanti

Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening dari Ikea Ciputra World
Aureleen Lee Santoso, Edwin Japariato, Trixie Nova Bella Tandijaya, Fransisca Andreani

Analisis Peran Emotional Branding Strategy dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung Pusat Perbelanjaan
Fatchur Rohman, Alfalasifatul Azizah

Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Siregar Aek Nalas Menggunakan Metode Service Quality, Model Kano, dan Root Cause Analysis
Maria Natasya Manurung, Fitriani Tupa R. Silalahi

Peran Mediasi Brand Image dan Brand Experience pada Pengaruh Perceived Quality Terhadap Post-Purchase Intention Mixue di Surabaya
Chedian Jules Pramono, Yohanes Sondang Kunto, Adriana Aprilia

Fashion Branding Strategy to Encourage Online Store Patronage Intention
Burhanudin, Diva Eriel Noviza

Jurnal Manajemen Pemasaran	Vol. 17	No. 2	Hlm. 73-134	Surabaya Oktober 2023	p-ISSN 1907-235X e-ISSN 2597-615X
-------------------------------	---------	-------	-------------	--------------------------	--------------------------------------



Jurnal Manajemen Pemasaran

Dewan Penyunting

Ketua : Dr. Yohanes Sondang Kunto, S.Si., M.Sc.

Wakil Ketua : Edwin Japariato, S.E., M.M.

Anggota : Prof. Dr. Hatane Samuel, S.E., M.S.
Dr. Michael Adiwijaya, S.E., M.A.
Devi Destiani Andilas, S.E., MM.Par.

Staf Administrasi : Sumarno
Sarita Budiyan

Alamat Sekretariat: **Pusat Penelitian**
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236, Indonesia
Telp. 031-8439040, 8494830-31, psw. 3147
E-mail: puslit@petra.ac.id
<https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/>

Diterbitkan oleh : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra – Surabaya



Jurnal Manajemen Pemasaran

DAFTAR ISI

THE RELATIONSHIP BETWEEN RISK AVERSION AND BRAND LOYALTY IN MEN'S CARE PRODUCTS

Dwi Anna Kristanti 73-80

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DARI IKEA CIPUTRA WORLD

Aureleen Lee Santoso, Edwin Japariato, Trixie Nova Bella Tandijaya, Fransisca Andreani 81-89

ANALISIS PERAN EMOTIONAL BRANDING STRATEGY DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PENGUNJUNG PUSAT PERBELANJAAN

Fatchur Rohman, Alfasifatul Azizah 90-100

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PANTAI SIREGAR AEK NALAS MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY, MODEL KANO, DAN ROOT CAUSE ANALYSIS

Maria Natasya Manurung, Fitriani Tupa R. Silalahi 101-111

PERAN MEDIASI BRAND IMAGE DAN BRAND EXPERIENCE PADA PENGARUH PERCEIVED QUALITY TERHADAP POST-PURCHASE INTENTION MIXUE DI SURABAYA

Chedian Jules Pramono, Yohanes Sondang Kunto, Adriana Aprilia 112-120

FASHION BRANDING STRATEGY TO ENCOURAGE ONLINE STORE PATRONAGE INTENTION

Burhanudin, Diva Eriel Noviza 121-134