

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin., & Francis T. (2012). *Manajemen Pemasaran* (1). Depok: PT Raja Grafindo Persada

Ariestonandri, Prima. *Marketing Research for Beginner* (1). Yogyakarta: ANDI

Avello, Maria., et al. (2011). *Experiential Shopping at the Mall: Influence on Consumer Behavior. China-USA Business Review*, ISSN 1537-1514. Vol. 10. No.1. 16-24

Buchory dan saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya

Conway, Tony., & Debra L. (2012). *"Staging the past, enacting the present" Experiential marketing in the performing arts and heritage sectors. Arts Marketing: An International Journal*. Vol.2. No.1

Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Ginting,Nembah F. Hartimbul,(2011). *Manajemen Pemasaran*,.Cetakan I. Bandung: Yrama Widya

Gozali, Nanang., & Toto Syatori N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (1). Bandung: CV Pustaka Setia.

Hasan, Ali. (2013) . *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (1). Yogyakarta: CAPS

Hasan, Ali (2013:8). Edisi Baru *Marketing*. Yogjakarta: Media Presido

Hasan, Ali (2013:173). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*.Yogyakarta: CAPS

Hellier, Phillip K., et al. (2003). *Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model*. Vol.37. Iss 11/12. 1762-1800

Hendarsono, Gersom. (2013). *Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Café Buntos 99 Sidoarjo*. Vol.1. No.2. 1-8

Kartajaya, Hermawan (2003). *Hermawan Kartajaya on Marketing* (3). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Philip (2009). *Marketing Management* (12). Upper Saddle River: Pearson Education, Inc

Kuppelwieser, Volker G., & Jörg F. (2011). *Psychological safety, contributions and servicesatisfaction of customers in group service experiences*. *Managing Service Quality*. Vol.21. No.6

Kusumawati, Ika P. (2014). *Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Restoran The House of Raminten*. Vol.2. No.2. 1-9

Nirmalita, Desti. (2012). *Pengaruh Customer Experience dan Online Brand Community Terhadap Pembentukan Word Of Mouth dan Dampaknya Terhadap Churn Intention di Industri Telekomunikasi*. Bandung: tidak diterbitkan

Noviarini, Amanda P. (2014). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Resto*. Semarang: diterbitkan

Pasolong, Harbani. (2012). *Metode Penelitian Administrasi Bisnis* (1). Bandung: Alfabeta

Pratylangsih, Ayu S. (2014). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Survei pada Konsumen KFC di Lingkungan warga RW 3 Desa Kandangrejo, Lamongan*. Lamongan : tidak diterbitkan.

t

Priyatno, Duwi (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (1). Yogyakarta: ANDI

Rahayu, Tami N. (2012). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Restoran Roemah Nenek*. Bandung: tidak diterbitkan

Rahmawati, Nisa. (2013). *Pengaruh Brand Image dan Customer Experience Terhadap Pembentukan Word Of Mouth Di Industri Transportasi Travel Shuttle Service*. Bandung: tidak diterbitkan

Riduwan, Kuncoro. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis* (1). Jakarta: Salemba Empat

Schmitt, Bernd. (2013). *Summary: Experiential Marketing*. Primento

Schmitt, Bernd (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: Simon & Schuster

Smilansky, Shaz (2009). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. London: Kogan Page Limited

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (16). Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian* (17). Bandung: Alfabeta

Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Pemasaran & Perilaku Konsumen* (1). Yogyakarta: CAPS

Taniredja, Tukiran., & Hidayati M. (2011). *Penelitian Kuantitatif (1)*. Bandung: Alfabeta

Tetanoë, Vinsensius R. (2014). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square*. Vol.2. No.1. 1-12

Thejasukmana, Valentino A. (2014). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Konsumen The Vientte Surabaya*. Vol.2. No.1. 1-14

Vila-Lo'pez, Natalia., & MaCarmen R. (2013). *Event-brand transfer in an entertainment service: experiential marketing*. Emerald Industrial Management & Data Systems. Vol.113. No.5

Website:

<http://www.infobdg.com>. (25 May 2015)

<http://www.infobdg.com/v2/wiki-koffie--perpaduan-dunia-kuliner-dan-dunia-desain/>

<http://www.liputan6.com>. (Kuliner Bandung) (25 may 2015)