

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran IBM SPSS 20 -6/E*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing Management: Horizon Edition, -14/E*. London: Pearson.
- Lovelock, Christopher., et. Al. (2011). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Jilid 1 -7/E*. Jakarta: Erlangga.
- Sandjojo, Nidjo. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Anaylsis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, -6/E*. New York: Willey.
- Sugiyono. (2011). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunjoyo., Setiawan Rony, et. al. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Zikmund, William G, dan Babin, Barry J. (2013). *Essential of Marketing Research - 5/E*. China, Asia: South-Western Cengage Learning.

Jurnal

Kusumawati, Andriani. (2011). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan : Kasus Hypermart Malang Town Square (MATOS)*. Jurnal Manajemen Pemasaran Modern.

Nugroho, Oddy Adam, Suharyono dan Kumadji, Srikandi. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Trust terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan KFC KFC Cabang Kawi Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)

Saidani, Basrah dan Arifin, Samsul. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI).

Wijanarka, Yuda, Suryoko, Sri dan Widiartanto. (2014). *Pengaruh Emotional Branding dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas Merek Eiger Adventure Melalui Brand Trust dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Eiger Adventure Store Semarang)*. Diponegoro *Journal of Social And Political Science*.

Skripsi

Dharmawansyah, Inggil. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu)*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Noviandri, Fajar Dwi. (2012). *Pengaruh Emotional Branding terhadap Loyalitas Pelanggan TELKOM Flexi di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.

Yuliana, Baiq Khaulah. (2015). *Pengaruh Social Media Twitter dan Experiential Marketing Terhadap Brand Awareness dan Kepuasan Pelanggan pada Giggle Box*. Bandung: Universitas Telkom.

Website

<http://www.beritasatu.com/ekonomi/139543-isei-sektor-jasa-dan-industri-harus-jadi-sektor-unggulan-indonesia-di-mea.html> - diakses pada 19 Februari 2016

<https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1199> - diakses pada 19 Februari 2016

<https://sebandung.com/2014/06/asosiasi-kafe-dan-restoran-bandung/> - diakses pada 20 Februari 2016

<https://sebandung.com/2015/05/3-cafe-berkonsep-art-gallery-di-bandung-memanjakan-wisata-kuliner-dan-sense-of-art-anda/> - diakses pada 20 Februari 2016