

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryanti, D & Febrinta. (2010). Bisnis & Birokrasi. *Jurnal Ilmu Administrasi*, Halaman 1.
- Arikunto, dan Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta.
- Adreani, Fransisca. (2007). Experiential Marketing Sebuah Pendekatan Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-8.
- Aryani, M. (2013). Chatime: Pelopor Tea Cafe di Indonesia. [online]. Tersedia: <http://www.bakerymagazine.com/en/2013/01/5/chatime-pelopor-tea-café-di-indonesia>. [20 Oktober 2020]
- Basuki, Agus Tri. (2015). *Analisis Regresi Dengan SPSS*. Yogyakarta.
- Chatime. (2015). About Chatime. Chatime. Tersedia: <http://chatime.com.au/>
- Eka, Rayina dan Yuliana, Eka. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wiki Coffe Bandung). *Jurnal Management*, 248-255.
- Elvina, Laura. (2011). *Faktor-Faktor Pembentuk Experiential Marketing (Pemasaran Pengalaman) dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas*. Skripsi.
- Euromonitor. (2014). Café/Bars in Indonesia. Euromonitor. Tersedia: <http://www.euromonitor.com/café-bars-in-indonesia/report>
- Ferdiansyah, R. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Go-Jek. (Studi Kasus Pada Masyarakat Bandung). *Applied Science*, 778-786.
- Facebook. (2011). Tentang Chatime Indonesia. Facebook Chatime Indonesia. Tersedia: [https://www.facebook.com/chatimeindo/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/chatimeindo/info?tab=page_info)

- Gunawan, F, A., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Chingu Korean Cafe Bandung). *Jurnal Manajemen Pemasaraan Modern*, 1075-1084.
- Griffin, J. (2017). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Aditama
- Mullins, J & Walker, O. (2013): *Marketing Management* 8<sup>th</sup> edition.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2012). *Marketing Management* 14th Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kusumawati, Adriani. (2011). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 76-86.
- Kertajaya, Hermawan (2010). *Conect Surviving New Wave Marketing*. Jakarta: Erlangga
- Mulyatningsih, Endang. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Reza Sujudi, Ambara, dan Ramantoko, Gadang. (2017). Pengaruh Ex periential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Ezytravel online Travel agent . *Jurnal Management*, 2342-2349.

- Rahmawati. (2003). Pengaruh, Sense, dan Feel dari Experiential Marketing pada Soto Gebrak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 191-195.
- Riduwan, dan Kuncoro. (2014). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis*. Edisi 1. Bandung. Alfabeta.
- Sekaran, U & Bougie, R. (2013). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. United Kingdom
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung. Alfabeta.
- Soemantri, A. & Ali M, Sambas. (2006). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Bandung. CV Pustaka Setia.
- Sulistiyowati. (2003). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Super Swalayan di Sampangan. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Surianto, A. & Nurul, A. (2009). Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* Strategik Terhadap Kepuasan. *Jurnal Logos* . Vol. 6, No. 2. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Wu, Mei-Ying & Tseng, Li-Hsia. (2015). Customer Satisfaction and Loyalty in an Online Shop: An *Experiential Marketing* Perspective; Vol. 10, No.1; 2015. *International Journal of Business Management*.
- Wibowo, dan A, Lili. (2004). Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Value, terhadap Loyalitas Cafe dan Resto di Kawasan Cihideung Lembang Bandung. *Jurnal Strategic Program Pendidikan Manajemen Bisnis* Universitas Pendidikan Indonesia.