

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., Hafid, M. F., & Maulida, R. (2018). Studi Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Berbelanja pada Indomaret Lajoa Kabupaten Soppeng. *Journal of Industrial Engineering Management*, 3(2), 8-14.
- Alma, Buchari. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta
- Amin, S., & Tarun, M. T. (2019). Experiential Marketing and Customer Satisfaction: A Study on the Restaurant Industry of Bangladesh. *Asian Business Review*, 9(1), 43-48.
- A. F. Pratama. (2015, Feb.) www.tribunnews.com
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Principles of Marketing. 17th red. *New York*.
- Anang Faizal, (2015). “ Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Kartini Jepara”. Skripsi tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Andreani, F. (2009). Experiential marketing (sebuah pendekatan pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Arsjad, M. P. (2019). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, KUALITAS PELAYANAN DAN DRIVER ATTITUDE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada pengguna Grab di Kota Bogor).
- Arif, F., & Saputri, M. E. (2018). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Dunkin'Donuts Indonesia. *Almana*, 2(2), 74-87.
- Azwar, S. (2007). Validitas dan reliabilitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 44-46.
- Azis Musdalifah (2018). “Analisis Jalur”. Universitas Mulawarman Samarinda.

- Barimbing, C. A. A., & Sari, D. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung). *eProceedings of Management*, 2(1).
- Bulan, T. P. L., Rizal, M., & Widiyanti, T. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA TOKO MAKMUR SWALAYAN DI KOTA LANGSA. *NIAGAWAN*, 8(1), 27-34.
- Dewanti, R., Ismail, I., & Wibisono, S. (2010). The Influence of Experiential Marketing, Emotional Branding, Brand Trust Towards Brand Loyalty.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen pemasaran*.
- Djahir, Y., & Pratita, D. (2014). Bahan Ajar Sistem Informasi Manajemen. Yog-yakarta: Deepublish
- Dumat, F. E., Mandey, S. L., & Roring, F. (2018). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN EMOTIONAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH KOPI (STUDI KASUS PADA VAN OMMEN COFFEE MANADO). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Fest, Irma Nita (2016). Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Bmt Hasanah Jabung. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Fierdiansya, R., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Go-jek (studi Pada Masyarakat Bandung 2016). *eProceedings of Applied Science*, 2(3).
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : How To Earn It, How To Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Husein Umar. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: PT. Raja Agung Persada.

- Haryono, Budi. (2016). *How to Win Customer Through Customer Service with Heart*. Yogyakarta: ANDI
- Indrawan, R. & Yaniawati, P. (2017). *Metedologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan (Revisi, (2016)*. Bandung : Refika Aditama.
- Indrawati, (2015), *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika
- Iqbal, M. (2016). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan menggunakan Metode Partial Least Square (Studi Kasus “Baegopa? Resto” Mundu, Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kotler Philip., (2018) *Principles of Marketing : Global Edition, 17th*. United Kingdom : Pearson.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, Philip, (1997). *Marketing Management 8th Edition*. Prentice Hall :New Jersey
- Lupiyoadi, (2006). *Manajemen Pemasaran jasa: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2016), *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 4, Salemba Empat, Jakarta
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP), (2014). <https://miap.or.id>

- Mutua, B. (2016). *Effect of Experiential Marketing on Brand Perception A Case Study of Coca Cola Kenya* (Doctoral dissertation, United States International University-Africa).
- Natasha, A., & Kristanti, D. D. (2013). Analisa pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen di modern café surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2), 179-190.
- Niket Tandon, Bhavana Dalvi Mishra, Joel Grus, Wen-tau Yih, Antoine Bosselut, and Peter Clark (2018). *Reasoning about actions and state changes by injecting commonsense knowledge*. In EMNLP.
- Nur Indrianto dan Bambang Supomo. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Oeyono, J. T. (2013). Analisa pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan sebagai intervening variabel di tator cafe surabaya town square. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-9.
- Oliver, R. L. (1980), "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol.17, No.04, pp.460-469.
- Oliver, R.L. (2015), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Routledge, New York.
- Pratama, A. W., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Armor Kopi. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Pitoko, R. A. (2016). *Pasar Properti Indonesia Bakal "Booming" Kedua Akhir 2016*.
- Ruhendi, Mahendra Ekaputra (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Sikap Konsumen Melakukan Pembelian Replika Jam Tangan Casio*.

Consumer attitudes, Preferences, Reactions, Brand preferences, Consumer satisfaction

- Rini, E.S. (2009). Menciptakan Pengalaman Konsumen dengan Experiential Marketing. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2:15-20.
- Rivki (2015) DetikNews Polda Metro Jaya Sita Ratusan Jam Tangan Swiss Army Palsu
- Safadori, N., & Hidayat, A. M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Maskapai Garuda Indonesia Di Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Safudin, M. (2017). Pengaruh Penerapan Absensi Online Terhadap Disiplin Pada Karyawan. *IJSE -Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 105–108.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.
- Schmitt, Bernd. (2011). *Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. Foundations and Trend in Marketing* Vol. 5, No. 2 (2010) 55–112 2011.
- Scmitt, Bernd H. (2013). *Experiential Marketing: How To Get Consumers To Sense, Feel, Think, Act and Relate to your Company and brands*. New York: The Free Press.
- Semuel, H. (2006). Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana

- Silalahi, Ulber. (2015). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaitaif, dan R&D." *Bandung Alfabeta*.
- Smilansky, S. (2018). *Experiential Marketing* second edition. UK. CPI Group.
- Suen, Hoi K., Donald Ary, and Wesley Covalt. (1991). "Reappraisal of momentary time sampling and partial-interval recording." *Journal of Applied Behavior Analysis* 24, no. 4. 803.
- Sugiyono, (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R & D* (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (16TH ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Tandon, U., Kiran, R. and Sah, A. (2017), "*Analyzing customer satisfaction: users perspective towards online shopping*", *Nankai Business Review International*, Vol. 8, No. 3, pp. 266–288.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, W. W. (2016). **PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MOBIL HONDA JAZZ DI YOGYAKARTA.**
- Wibisono, D. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Wiratna, Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabaru.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Lovelock, C. H. (1996). *Services marketing* (Vol. 123). New York: McGraw-hill.

Zeithaml. (2012). *Consumer Perceptions of Price, Quality and Value*. New York: Free Press.

Zeithmal, Valarie A, et.al dan Mary Jo Bitner. (2013). *Service Marketing*. Irwin McGraw Hill, Boston. New York: USA.

