

DAFTAR PUSTAKA

- Nabila, R., Wahyuni, S., & Nugroho, J. A. (2015, November). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Tahun 2014). In *Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis* (Vol. 1, No. 1).
- Sumarga, H. E. (2019). ANALISIS PENGARUH KEPUASAN, KUALITAS, DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP WORD OF MOUTH APLIKASI WHATSAPP PADA MAHASISWA FEB UMT. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2).
- Muhammad, M., & Artanti, Y. (2016). The impact of experiential marketing on word of mouth with customer satisfaction as a intervening variable. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 7(2), 182-190.
- Amrullah, W. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Sengkaling Kuliner “Sekul” Malang. *Manajemen Bisnis*, 7(2).
- Hidayat, N. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen serta dampaknya pada Word of Mouth (Studi pada Pengunjung Transmart Carrefour Kubu Raya). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 7(1).
- Huda, M., & Anisa, F. (2020). The Influence of Experiential Marketing, E-Service Quality (WebBased Tracking System) And Trust On Customer Satisfaction In J&T Express Service Users In Kab. Pasuruan. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3), 78-88.
- Huda, M., & Anisa, F. (2020). The Influence of Experiential Marketing, E-Service Quality (WebBased Tracking System) And Trust On Customer Satisfaction In J&T Express Service Users In Kab. Pasuruan. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3), 78-88.
- Kertajaya, H. (2010). *Marketing in Venus Play Book 2*. Gramedia Pustaka Utama.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.
- Joesyiana, K. (2019). PENGGUNAAN MEDIA ONLINE SHOP DALAM BISNIS PADA WIRAUSAHA WANITA. *VALUTA*, 5(2), 65-80.

Muhammad, M., & Artanti, Y. (2016). The impact of experiential marketing on word of mouth with customer satisfaction as a intervening variable. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 7(2), 182-190.

Indriani, N. R., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI KEPUASAN PADA WISATA PULAU MERAH BANYUWANGI. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(19).

Asnawi, H. F., Faridah, R., & Khaliq, R. (2015). Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Jurusan Ekonomi Syariah Dengan Keinginan Untuk Melakukan Word Of Mouth Communication.

Kusumawati, D. (2020). PENGARUH KEPUASAN DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP WORD OF MOUTH (Studi pada Agen Hijab Arrafi Diandra Demak). *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 17(2), 192-214.

Muhammad, M., & Artanti, Y. (2016). The impact of experiential marketing on word of mouth with customer satisfaction as a intervening variable. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 7(2), 182-190.

Kusumawati, A. (2011). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (Matos) Analysing the Influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty: the Case of Hypermart Malang Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 75-81.

Sumarga, H. E. (2019). ANALISIS PENGARUH KEPUASAN, KUALITAS, DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP WORD OF MOUTH APLIKASI WHATSAPP PADA MAHASISWA FEB UMT. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2).

Muhammad, M., & Artanti, Y. (2016). The impact of experiential marketing on word of mouth with customer satisfaction as a intervening variable. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 7(2), 182-190.