

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2015. Manajemen Strategik Konsen dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andreani, F. (2007). Experiential marketing (Sebuah Pendekatan Marketing), Jurnal Manajemen Pemasaran, VOL. 2, NO. 1, APRIL 2007.
- Bramantio dan Dharmayanti, 2013, Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* Café My Kopi O Surabaya Town Square
- Dewi Ratih Kusuma, Srikandi Kumadji M. Kholid Mawardi, 2015. Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan(Survei pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu. Vol.28 No.1.
- Christian dan Dharmayanti, 2013, Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty Light Cup* di Surabaya Town Square
- Engel, F. James dan Roger D. Blackwell, 2012, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid 2, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Grundey, D. (2008), *Experiential Marketing vs. Traditional Marketing: Creating Rational and Emotional Liaisons with Consumers*. The Romanian Economic Journal, XI, 29.
- Gujarati, Damodar. 2012. Dasar-Dasar Ekonometrika. Jakarta: Erlangga
- Hartono Jogiyanto. 2012. Metodologi Penelitian Sistem Informasi. Yogyakarta: ANDI.
- Hamzah, Amir, 2015. "Analisis Experiential Marketing, Emotional Branding dan Trust terhadap Loyalitas Merek Mentari" Usahawan No. 06, Tahun XXXVI Juni p. 22-8.

Kertajaya, Hermawan. 2014. *Connect! Surviving New Wave Marketing*. Jakarta : Gramedia.

Lupiyoadi, Rambat, 2012, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Lovelock, Cristopher H. dan Lauren K. Wright.2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan 2 terjemahan. Indeks: Jakarta

Lin, N., Chiu, H. & Hsieh, Y. 2012. Investigating the relationship between service providers' personality and customers' perceptions of service quality across gender. *Total Quality Management*, Vol. 12 No. 1, pp. 57-67

Kotler, Phillip. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid Satu*. Edisi Ketiga Belas Dialihbahasakan Oleh Bob Sabran, MM. Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.

Nasution, M.N., 2014. *Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*, Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.

Noor. Juliansyah, 2011, *Metodologi Penelitian*, Prenada Media Group, Jakarta.

Peter, Paul dan Jerry. C. Olson. 2013. *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*, Edisi 9 terjemahan. Salemba Empat: Jakarta.

Pramudita dan Japariato, 2013, *Analisis Pengaruh Customer Value dan Customer Satisfaction* di De Kasteel Resto Surabaya.

Rini, Endang Sulistya. 2012. Menciptakan Pengalaman Konsumen Dengan Experiential Marketing. *Jurnal Manajemen Bisnis* vol 2, nomor 1 januari 2012

Rangkuti, Freddy, 2004, *Riset Pemasaran*. Cetakan Kelima. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Shartika, P.D. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan 7-Eleven*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Smilansky, Shaz. 2012. *Experiential Marketing: A Prectical Guide Interactive to Brand Experiences*. India: Replika Press.

Stanton, William J.. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 7 Jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Schmitt, B. 2012, Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15, 1-3, pp. 53-67.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.

Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA

Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Singarimbun, Masri dan Effendi Sofian ed. 2006,.*Metodologi Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.

Thejasukmana dan Sugiharto, 2014, Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Pembelian Ulang Konsumen *The Vinnette (House of Bovin and Lynette)*

Yuliana, Eka, 2016, Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Wiki Koffie Bandung), Vol.3, No.1 April 2016, ISSN : 2355-9357.