

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Kim, W. G., Li, K. J., & Jeon, H.-M. (2018). Make it delightful: Customers experience, satisfaction, and loyalty in Malaysian theme parks. *Journal of Destination Marketing & Management*. Vol 7, 1-11.
- Andreani, F. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, April 2007: 1-8, 2.
- Arif, F., & Saputri, M. E. (2018). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Dunkin' Donuts Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 2 No 2 , 74-87.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chand, S. (2017). *Service Marketing: Definition, Features, and Problem Faced in Marketing Service*. Dipetik November 07, 2018, dari Your Article Library: <http://www.yourarticlelibrary.com/marketing/service-marketing-definition-features-and-problem-faced-in-marketing-services/32336>
- Chao, D.-F. (2015). The Impact of Experimental Marketing on Customer Loyalty for Fitness Clubs: Using Brand Image and Satisfaction as the Mediating Variables. *The Journal of International Management Studies*, Vol 10 No 2, 52-60.
- Devindiani, E., & Wibowo, L. A. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction serta Dampaknya pada Customer Loyalty (Survei pada Pengguna Smartphone di Komunitas Online Apple dan Samsung Regional Bandung). *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education* , Vol 1 No 1, 147 - 157.
- Dewi, R. K., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya* Vol 28 No 1.

- Dharmawansyah, I. (2013). Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu). *Management Analysis Journal* 2 (2) (2013), 3.
- Dixit, S. K. (2017). *The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*. India: Routledge.
- Fadeli, A. (2018). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING STRATEGY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Waroeng Steak and Shake Ciliwung Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, Vol 7 No.13*.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Pelita Air Service). *Journal of Business Studies*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Spss. Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F. A. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Chingu Korean Fan Cafe Bandung 2018). *e-Proceeding of Applied Science. Vol 4 No.3*, 1075.
- Hadiwidjaja, R. S., & Dharmayanti. (2014). Analisis Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. *Manajemen Pemasaran Vol 2, No.2*.
- Hair, J. e. (2010). *Multivariate data analysis. (7th edition)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hamdi, A. S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- International Coffee Organization. (2018, Juli 19). Dipetik Septemeber 27, 2018, dari [http://www.ico.org/trade\\_statistics.asp](http://www.ico.org/trade_statistics.asp)
- Jatmiko, R. D., & Andharini, S. N. (2012). Analisis Experiential Marketing dan Loyalitas Pelanggan Jasa Wisata. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 14, No.2, 128-137.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Italy: Pearson.
- Krisdayanto, I., & Haryono, A. T. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, ISSN : 2502-7689. Vol 4, no 4.
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2008). *Sampling of Populations: Methods and Applications*. Wiley.
- Marsum, A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi Empat*. Yogyakarta: Andi.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2015). *Consumer Behavior - Building Marketing Strategy*. Sacramento: McGraw Hill.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nitzl, C., Cepeda, G., & Roldan, J. L. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling: Helping researchers discuss more sophisticated models. *Industrial Management & Data System*, Vol 116 Issue:9, 1849-1864.
- Rahayu, S. (2013). Aplikasi Metode Trimming Pada Analisis Jalur Dalam Penentuan Model Kasual Loyalitas Pelanggan Toserba X. *Repository UPI*.
- Riduwan. (2009). *Metode dan Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, Mamang, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, S. (2012). *Analisis SEM menggunakan AMOS*. Jakarta: PT Elex Media Kumpotindo.

- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Smilansky, S. (2018). *Experiential Marketing 2nd Edition*. Great Britain: Kogan Page Limited.
- Sugiyarti, G., & Hendar. (2017). Experiential Marketing Creative Antecedence for Success of Brand Loyalty (A Study on the Users Perfume for Body ini Indoensia). *International Review of Management and Marketing, Econjournals, vol 7(1)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sujatno, A. (2011). *Hospitality, Sekret, Skills, Attitude, and Performance for Restaurant Manager*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto, D. (2014). Dalam *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (hal. 18). Yogyakarta: CAPS.
- Suryani, & Hendrayadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Susilo, T., & Harini, C. (2018). EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE ON CONSUMER LOYALTY (Study on Consumers in Indomaret Pedurungan District Semarang). *Journal of Management. Vol 4 No.4* .
- Tetanoë, V. R., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-12*.
- Widodo, T. (2015). The effect of transformative IT capability on sustainable. In *Information and Communication Technology (ICoICT), 2015 3rd International Conference on (pp. 352-357)*.

Wu, M.-Y., & Tseng, L.-H. (2015). Customer Satisfaction and Loyalty in an Online Shop: An Experiential Marketing Perspective . *International Journal of Business and Management*. Vol 10 No 1, 104-114.

**Halaman ini sengaja dikosongkan**