

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Devito, Joseph A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia (Edisi Kelima)*. Jakarta: Profesional Books.
- Fill, C. (2009) *Marketing Communications: Interactivity: Communities and Content*. London: FT/Prentice Hall.
- Griffin, Jill (2005). **Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan**. Jakarta: Erlangga
- Hurriyati, Ratih (2010). **Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen**. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Principles of Marketing (12th Edition)*. Upper Saddle River: Pearson Education. Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing (13th Edition)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kertajaya, Hermawan. (2002). **Hermawan Kertajaya On Marketing**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Machfoedz, Mahmud. (2010). **Komunikasi Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Schmitt, Bernd H (1999). *Experiential Marketing how to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: The Free Press
- Pine, B Joseph dan James H Gillmore. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and very Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Riduwan dan Engkos Ahmad Kuncoro. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Sandjojo, Nidjo. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Smith, Ruth A dan Richard L. Lutz. (1996). *Experientialism: Conceptualization and measurement, journal of Advances in consumer Research*.

- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Edisi ke-4)*. Jakarta: Salemba Empat..
- Smith, Paul Russell dan Jonathan Taylor. (2010). *Marketing Communications An Integrated Approach 4th Edition*. London : Kogan Page.
- Sudarmayanti dan Syarifudin Hidayat. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Udar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy dan Candra Gregorius.(2005). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Vardiansyah, Dani. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Skripsi:

Jatmiko, Rahmat Dwi. (2012). **Analisis *experiential marketing* dan loyalitas pelanggan jasa wisata (studi pada taman rekreasi sengkaling Malang)** Skripsi Sarjana pada FE UMM Malang: tidak diterbitkan

Padjha, Krisna Kurniawan. (2008). **Faktor-Faktor *Experiential Marketing* dan *emotional Branding* yang dipertimbangkan dalam pembentukan loyalitas konsumen cafe kopi.** Skripsi Sarjana SBM pada Institut Teknologi Bandung: tidak diterbitkan

Handal, Nehemia. (2009). **Analisis pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan (Waroeng spesial sambal cab.Semarang).** Skripsi Sarjana FE Universitas Diponegoro Semarang: tidak diterbitkan.

Novia, Vivi. (2012). **Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Restoran koki Sundadi Pekanbaru).** Skripsi E-Library UR. Surabaya:tidak diterbitkan

Kurniawan, Krishna. (2008). **Faktor-faktor *experiential marketing* dan *emotional branding* yang dipertimbangkan dalam pembentukan loyalitas konsumen cafe kopi.** E-library ITB: tidak diterbitkan.

Jatmiko, Rahmat . (2012). **Analisis *Experiential Marketing* dan loyalitas pelanggan jasa wisata (Taman wisata sengkaling, Malang)**. E-Library. UMM Malang: tidak diterbitkan.

Jurnal:

Andreani, Fransisca. (2008). **Jurnal *Experiential Marketing* sebagai sebuah pendekatan pemasaran**. Staff pengajar Universitas Petra Surabaya.vol.23

Dewanti, Retno dan Tjia Fie Chu. (2011). ***The Influence of Experiential Marketing Emotional Branding, Brand Trust Towards, Brand Loyalt***. E-library Binus University. Vol 12

Maghnati, Kwek Chon Ling. (2011). ***Exploring the Relationship between Experiential Marketing and Experiential Value in the Smartphone industry***. University Kuala Lumpur: Malaysia, vol 14.

Christian, Rahardja.(2010). ***Experiential Marketing customer satisfaction, behavioral intention: timezone game centre***. UNS, vol 2.

Josephine, Chu-Chi dan Liu. (2008). ***Virtual Experiential Marketing on online purchase***. Graduate Institute of Business Administration college of Managment Yuan Ze University Taiwan.

Internet:

<http://eprints.undip.ac.id/29858/1/Skripsi015.pdf> diakses pada tanggal 7 November 2012 pkl 20.15

<http://deranchlembang.com/id/fasilitas/keterampilan/cook-n-cookies/> diakses pada tanggal 14 Januari 2013 pkl 13.10

<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab1/2011-1-00521-mn%201.pdf> diakses pada tanggal 14 Januari 2012 pkl 14.00

<http://jabar.bps.go.id/subyek/kunjungan-tamu-asing-ke-jawa-barat-melalui-bandara-husen-sastranegara-dan-pelabuhan-muaraja-2>

diakses pada tanggal 19 Januari 2013 pkl 17.35

<http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/134974-SK%200102010%20Ayu%20p%20-%20Pengaruh%20pemasaran%20-%20Lampiran.pdf>

diakses pada tanggal 19 Januari 2013 pkl 20.50

<http://www.lontar.ui.ac.id/file?file=digital/134974-SK%200102010%20Ayu%20p%20-%20Pengaruh%20pemasaran%20-%20Literatur.pdf>

diakses pada tanggal 25 Januari 2013 pkl 17.40

http://library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab2/Bab%202_10-110.pdf diakses pada tanggal 25 Januari 2013 pkl 20.30

http://repository.unand.ac.id/17364/1/MOTIVASI_WISATAWAN_MANCANEGARA.pdf diakses pada tanggal 10 Februari 2013 pkl 20.00