

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alma, Buchari. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Manajemen Penelitian (Edisi Revisi)*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Devito, Joseph A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia (Edisi Kelima)*. Jakarta: Profesional Books.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fill, Chris, 2009, *Marketing Communications Interactivity Communities and Content, Fifth Edition. England. Pearson Education Limited*.
- Griffin, Jill (2005). *Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Jakarta: Buku Kita
- Hurriyati, Ratih (2010). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kertajaya, Hermawan. (2002). *Hermawan Kertajaya On Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Kriyantono. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Lincoln, guba. (1998). *Fourt Generation Evaluation*. Callifornia: newbury Park
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Morissan, Alexander. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noor, Dr.Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana.
- Pine, B Joseph dan James H Gillmore. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and very Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja. Rosdakarya.
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Consumer Behaviour 7th Edition*. Jakarta: PT. Indeks
- Schmitt, Bernd H (1999). *Experiential Marketing how to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: The Free Press
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Peneitian untuk Bisnis (Edisi ke-4)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Smith, Ruth A dan Richard L. Lutz. (1996). Experientialism: Conceptualization and measurement, *journal of Advances in consumer Research*.
- Sudarmayanti dan Syarifudin Hidayat. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Suganda, (2011). *Wisata Parijs Van Java*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- 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 Diponogoro Semarang: tidak diterbitkan.

Jurnal:

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

Astuti, Tri (2010). *Analisis pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan*.12

- 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.
- Grundey, Dainora (2008). *Experiential Marketing vs. Traditional Marketing creating rational and emotional liasons with cunsumer*. *The Romania Economic Journal*.
- Josephine, Chu-Chi dan Liu. (2008). *Virtual Experiential Marketing on online purchase*. *Graduate Institute of Business Administration college of Managment Yuan Ze University Taiwan*.
- Sulistya Rini, Endang. (2009). Menciptakan pengalaman konsumen dengan *experiential marketing*. *Jurnal manajemen dan bisnis*, 2(1)15-20.
- Sri Dhanarismawarni, Esti D. (2008) Hubungan Antara *Experiential Marketing* dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, IX (2), 102-117.

Internet:

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

<http://news.detik.com/bandung/read/2013/01/03/asyiknya-nongkrong-sambil-belajar-di-potluck> di akses pada tanggal 15 April 2013 pkl 20.00

Kompasiana.com, diakses pada 22 Januari 2013