

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini Cita. 2014. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Maskapai Penerbangan Lion Air di Jakarta. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. Vol.9 No.3,38-62
- Alkilani Khaled, Ling Choon Kwek dan Abzakh Ahmad Anas. 2012. *The Impact of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Customer Commitment in the World of Sosial Networks*. Asian Sosial Science. Vol.3, No.1, 262-270.
- Amelia Rizca Wan. 2017. Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pada Rumah Makan Beringin Indah Pematang Siantar. Jurnal konsep Bisnis dan Manajemen. Vol.4, No.1, 50-60.
- Anggie Cherish dan Haryanto Oktavian Jony. 2011. *Analysis of the Effect of Olfactory, Approach Behavior, and Experiential Marketing toward Purchase Intention*. Gadjah Mada Internasional Journal of Bussiness. Vol.13, No.1, 85-101.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Chou You-Ming. 2010. Study on the impacts of Experiential Marketing and Customer's Satsisfaction based on Relationship Qualilty Hsing Wu College Taiwan, Department of Travel Management. Vol.8, No.2, 201-.232
- Data Kata. 18/05/2018. 2018, Jumlah Penduduk Indonesia Mencapai 265 Juta Jiwa. Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/2018-jumlah-penduduk-indonesia-mencapai-265-juta-jiwa>
- Fisk, Peter. 2007. *Marketing Genius*. Jakarta. PT Elex Media Komputido
- Fransiska Indah. 2015. Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Terhadap Mujigae Festival Citylink). e-*Proceeding of Applied Science*. Vol.1, No.3, 1599-1606.
- Ghozali, Imam dan Fuan. 2008. *Structural Equation Modeling*. Semarang. Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam dan Ikhsan, Arfan. 2006. *Metodologi Penelitian: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Medan. Madju

Jhonson D Michael. 2006. The Evolution of Loyalty Intention. Journal of Marketing. Vol. 70, 122-132

Kertajaya, Hermawan. 2004. *Hermawan Kertajaya On Marketing*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta. Erlangga

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta. Erlangga

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta. INDEKS

Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta. Erlangga

Kuncoro Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* Jakarta. Erlangga.

Kustini. 2007. Penerapan Experiential Marketing. Jurnal riset Ekonomi dan Bisnis. Vol.7, No.2, 44-57.

Kusumawati Andriani. 2011. Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan; Kasus Hypermart Malang Town Square (MATOS). Jurnal Manajemen Pemasaran Modern. Vol.3, No.1, 75-86.

Lupiyoadi & Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta : Salemba Empat

McDaniel, C dan Gates, R. 2013. *Riset Pemasaran Kontemporer (Sumiyarto dan Rambat Lupiyoadi, Penerjemah)*. Jakarta. Salemba Empat

Oeyono, T Januar dan Dharmayanti Diah. 2013. Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Tator Café Surabaya Town Square. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol.3, No,

Salam Nurul Hanifah, Tresnati Ratih dan Oktini R Dede. 2017. Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* (Survei pada Pelanggan Ozt Café And Steakhouse Bandung). Prosiding Manajemen. Vol.3, No.2, 1139-1145.

Santoso, Singgih. 2007. *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsof Excel dan SPSS*. Yogyakarta. Andi

Santoso, Singgih. 2015. *Structural Equation Modelling, Konsep dan Aplikasi dengan AMOS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Schmitt, Bernd, H. 1999. *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands*. New York: The Free Press.

Stania Bella Astilantica dan Trenggana Moch Ferlina Arlin. 2016. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Interveing Variabel (Konsumen di Nanny's Pavillon Home Bandung)*. *e-Proceeding of Management*. Vol.3, No.1, 517-526.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Erlangga

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Dian. 2000. *Total Quality Management (TQM) Edisi Revisi*. Yogyakarta. Andi

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi

Widowati Retno dan Tsabita Fitrio. 2017. *The Influence Of Experiential Marketing on Customer Loyalty Though Customer Satisfaction As Intervening Variable (Study at The House of Raminten Restaurant in Yogyakarta Indonesia)*. Vol.8, No.2, 163-180.

Wijayanto, Setyo Hari. 2008. *Struktural Equation Modeling dengan LISREL 8.8*. Yogyakarta. Graha Ilmu

