

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, W. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* di Sengkaling Kuliner “Sekul” Malang. *Manajemen Bisnis*, 7(2).
- Andreas. (2016). Analisis produk, harga, lokasi, promosi terhadap kepuasan konsumen pada kartu kredit pt. bank mandiri tbk. manado. *Jurnal EMBA*, 4(2), 164–176.
- Arikunto, S. (2006). Doc 28. In prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.
- Basith, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan *De’Pans Pancake and Waffle* di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1).
- Cannon, C. P. (2008). *Cardiovascular Disease and Modifiable Cardiometabolic Risk Factors*. *Clinical Cornerstone*. [https://doi.org/10.1016/S1098-3597\(09\)62037-8](https://doi.org/10.1016/S1098-3597(09)62037-8)
- Cooper, Donald R, dan Pamela S. Schindler, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi. (n.d.).
- Darwin, S. (2014). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada asuransi jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-12.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Ghozali, I. (2013). *Partial Least Square*. Universitas Diponegoro.
- Griffin, D., & Brenner, L. (2004). Griffin. *Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making*, pp. 177–199.
- Griffin, R; Moorhead, G. (2014). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*: Ricky W. Griffin, Gregory Moorhead. *In Cengage Learning*.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research*. *In European Business Review*.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2006). *Cost Managment Accounting & Control. In Manager*.

- Harumi, S. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 8(2), 115-128.
- Hendra, T. (2017). Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2).
- Indriani, F. (2006). *Experiential Marketing* Sebagai suatu Strategi dalam Menciptakan *Costume Satisfaction* dan *Repeat Buying* untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 3(1).
- Kartajaya, H. 2004. *Marketing In Venus*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kartika, R. D., & Yoestini, Y. (2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Pengalaman dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen, dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Du Cafe di Semarang. (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Kotler, P. 2005. M. P. J. 1 dan 2. J. : P. I., & Gramedia., K. (n.d.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management (13th ed.)*. In Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. In *Organization* (Vol. 22, Issue 4). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. In *Prentice Hall*. <https://doi.org/978-9702604006>
- Kotler, Philip, Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2011). *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. In *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. <https://doi.org/10.1002/9781118257883>
- Kotler, Philip. (2006). *A Generic Concept of Marketing*. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1250977>
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran 1*. Millineum ed. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2009). Ending Poverty: “What’s Social Marketing Got to Do with It?” *Social Marketing Quarterly*. <https://doi.org/10.1080/15245000903382508>
- Liulianto, L. (2013). Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Experiential Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Samsung Galaxy Note (GT-N7000) di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(2), 1-19.

- Lopumeten, R. N., & Tomaso, S. K. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Restoran Imperial Resto Di Kota Ambon). *Jurnal SOSOQ*, 5(2).
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua. In *Salemba Empat*. <https://doi.org/10.1002/cb.84>
- Lupiyoadi R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori). Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Marisa, O., & Rowena, J. (2017, October). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen. In *jurnal Conference on Management and Behavioral Studies*.
- Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan Yang Mengingat Di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Oeyono, J., & Dharmayanti, D. (2013). Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Intervening Variabel* Di *Tator Cafe Surabaya Town Square*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–9.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [*The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung*]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V.A & Berry, L.L., (1988), *SERVQUAL: A Multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*,. *Journal of Retailing*, 64 (Spring), p. 12-40.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian *Comp Ambarawa*). *Among Makarti*, 10(19).
- Putu, N., & Rosita, S. (2015). *Pengaruh Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Swalayan Sinar Rahayu Negara Tahun 2014. (2).
- Rangkuti. (2014). *Content Based Batik Image Classification using Wavelet Transform and Fuzzy Neural Network*. *Journal of Computer Science*, 10(4), 604–613. <https://doi.org/10.3844/jcssp.2014.604.613>
- Rianti, O., & Oetomo, H. W. (2017). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(8).

- Rindengan, C. M., Mananeke, L., & Poluan, J. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Karombasan di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).
- Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan *Service Center* [Studi Pada Pelanggan Samsung *Service Center* Di Kota Malang. *Ekonomi Bisnis*, 21(1).
- Salim, W. (2013). Analisa Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Rempah Indonesian Restaurant. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-9.
- Schmitt, BH. (1999). *Experiential Marketing, How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. New York.
- Schmitt, H. B. 2004. *Handbook on Brand and Experience Management*. Edward Elgar Publishing. UK.
- Schmitt, Bernd. H, 1999. *How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. The free Press : New York
- Sekaran, U. (2006). Metode Penelitian Bisnis. In *Salemba*.
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan *McDonald's* MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Sudiarta, I. G. M. (2018). Terhadap Kepuasan Nasabah Pt . Bank Pembangunan Daerah Bali Cokorda Istri Agung Krisna Dewi 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia PENDAHULUAN PT . Bank Pembangunan Daerah ( BPD ) Bali sebagai satu-satunya bank pmban. 7(8), 4539–4569.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2014). Teknik Pengumpulan Data. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. <https://doi.org/10.3354/dao02420>

- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2017). What effects repurchase intention of online shopping. *International Business Research*, 10(12), 113-122.
- Tjiptono, F. (2012). Service management: mewujudkan layanan prima / Fandy Tjiptono. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima / Fandy Tjiptono*.
- Tjiptono, Fandi. (2012). *Product and Price Influence on Cars Purchase Intention in Malaysia. Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies (IRJIMS) A Peer-Reviewed Monthly Research Journal*.
- Tjiptono. (2002). Strategi pemasaran. In Yogyakarta : penerbit andi.
- Tjiptono. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tumbel, A. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jalur LPPM Bidang Ekososbudkum*, 3(1), 64-79.
- Wahyudi, S., & Lavinia, J. (2016). Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi pada Restoran Jepang dengan Konsep Shabu-Shabu di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(2), 176-184.
- Widowati, R., & Tsabita, F. (2017). *The Influence Of Experiential Marketing On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As Intervening Variable ( Study at The House of Raminten Resturant in Yogyakarta Indonesia )*. 8(2), 163–180.
- Woro, M., & Naili, F. (2013). Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Zakiy, Muhammad. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1