

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Rahmat R, dkk. (2020). *Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable (Case Study on Gojek Makassar Consumers)*, Vol.13, No.1.
- Al Fian, Junai. (2016). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*, Vol. 5, No. 6.
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Andreani, Fransisca. (2007). *Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran) Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.2, No.1, Hal.1-8.
- Dewi, Ratih K, dkk. (2015). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu)*, Vol. 28, No. 1.
- Dharmmesta, Basu S. (1999). *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*, Vol. 14, No. 3.
- Dharmawansyah, Inggil. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu)*.
- Fatihudin, D dan Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish : Yogyakarta
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Ghozali. (2006). *Pengertian Regresi Linear Berganda*. Surabaya. EGG
- Ghozali, I. dan Latan. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Edisi 2. Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2009). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Erlangga : Jakarta.
- Hadiwidjaja, R.S. dan Dharmayanti, Diah. (2014). *Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbuck Coffee di Surabaya Town Square*, Vol.2, No.2, Hal. 1-11.
- Hidayat, D.W. dan Setiawan, A.P. (2015). *Perancangan Interior Cafe dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya*, Vol.3, No.2.

- Khasanah, Imroatul. (2015). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Experiential Marketing dan Rasa Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Pondok Indah Magelang)*, Vol. 12, No. 1, Hal. 10-20.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Armstrong. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kusumawati, A. (2011). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan : Kasus Hypermart Malang Town Square (MATOS)*, Vol.3, No.1, Hal. 75-86.
- Maghnati, Fashad and Kwek, Choon. (2012). *Exploring the Relationship between Experiential Marketing and Experiential Value. International Business Research*, Vol.5, No.11.
- Mar'ati, N.C dan Sudarwanto, Tri. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya)*, Vol. 4, No. 3.
- Mardalis, Ahmad. (2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan*, Vol.9, No.2, Hal. 111-119.
- Natasha, Akiko dan Kristanti, Debrina D. (2013). *Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Di Modern Cafe Surabaya*, Vol. 1, No. 2.
- Noor, L.K, Rahmawati dan Kuleh, Y. (2020). *The Influence Of Experiential Marketing On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable For Mahakam Lantern Garden Visitors*, Vol. 04, No. 3
- Rianti, Oktavia dan Oetomo, Hening W. (2017). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Vol. 6, No. 8.
- Rizal, Muhammad dan Nafis, Zafratun. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa*, Vol. 5, No. 1.
- Sangsoko, Ilham A. (2011). *Pengaruh Experiential Marketing dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Objek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang*. Hal. 1-81.

- Schmitt, B. (1999a). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. The Free Press, New York, USA
- Setyorini, Indah S, dkk. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Restoran Bong Kopitown Yogyakarta)*, Vol. 1, No. 3.
- Soenarno, Adi. (2014). *Kamus Istilah Pariwisata dan Perhotelan*. Jakarta : Angkasa
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta : Bandung
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi : Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran*. Malang: Bayu media Publishing
- Triwahyuni, Indah dan Zuhroh, Siti. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan*, Vol. 3, No. 2.
- Wahab, Wirdayani. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru*. Hal. 28-41, Vol. 2, No.1.
- Widowati, Retno dan Tsabita, Fitria. (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)*. Vol. 8, No. 02.
- Winarsunu, Tulus. (2017). *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. UMM Press: Malang
- Wiyono, Gendro. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM.
- Wu, Mei-Ying dan Tseng, Li-Hsia. (2015). *Customer Satisfaction and Loyalty in an Online Shop: An Experiential Marketing Perspective*. Customer Satisfaction and Loyalty in an Online Shop: An Experiential Marketing Perspective. Vol. 10, No. 01.
- Yacob, Syahmardi, dkk. (2017). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction dan Customer's Brand Loyalty Pizza HUT Kota Jambi*.