

DAFTAR PUSTAKA

- Agyapong, G. K. . (2011). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*, 6(5). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p203>
- Ajzen & Fishbein. (1980). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17/13%0Ask25>
- Alkilani, K., Ling, K. C., & Abzakh, A. A. (2012). The Impact of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Customer Commitment in the World of Social Networks Khaled. *Asian Social Science*, 9(1), 262–270. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n1p262>
- American Marketing Association*. (1985). <https://id.scribd.com/document/318447132/>
- Andreani, F. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–8. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/17009>
- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 1–7.
- Ariyanti, P. W., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2016). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–17.
- Armistead, C. G., & Clark, G. (1992). *Customer Service and Support : Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan* (Vol. 14, Issue 1). PT Elex Media Komputindo.
- Astrika, O. D., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2021). Effect of Advertising and Service Quality on Customer’S Decision Stay At the Royal Hotel Darmo Malioboro Yogyakarta. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 112(4), 45–57. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2021-04.06>
- Baharta, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Wisatawan ke Pesona Alam Puncak. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Barimbing, C. A. A., & Sari, D. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung). *E-Proceeding of Management*, 38(1), 2015.
- Budi Sulistiono, A. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap. *Unversitas Diponegoro*, 1–7. <https://core.ac.uk/download/pdf/11721673.pdf>
- Budianto, H. J., Tantra, E. C., & Harianto, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxxiklin Surabaya. *Journal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 53(9), 1689–1699.

- Chao, R., Wu, T.-C., & Yen, W.-T. (2015). The Influence of Service Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty for Private Karaoke Rooms in Taiwan. *The Journal of Global Business Management*, 11(1), 59–67.
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W., & Ferrell, O. C. (2016). *Marketing, Concept And Strategies* (Vol. 10, Issue 2). <https://research.rug.nl/en/publications/marketing-concepts-and-strategies-2>
- Endang, E., & Sugiyanto, S. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Manajemen*, 4(3), 1031. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i3.269>
- Fauji, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1), 125–146. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v4i1.376>
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Ferdinand, A. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian. *Penerbit Universitas Diponegoro*, 4(1), 1–23.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. *Penerbit Universitas Diponegoro*, May, 31–48.
- Ghassani, M. T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Science Tahun*, 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. (1982). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Chartwell-Bratt.
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express di kota Sumbawa Besar. *Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 5–7.
- Hannam, K. (2014). *Tourism and Development II: Marketing Destinations, Experiences and Crises*. 2(1), 1–10.
- Hartini, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya*.
- Hidayat, M. T. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Ulang Menginap Pada Hotel Swarna Dwipa Palembang*. 151–156.

- Huang, C., Yen, S., Liu, C., & Chang, T. (2014). The Relationship Among Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Resonance To Repurchase Intention of Cultural and Creative Industries in Taiwan. *International Journal of Organization Innovation*, 6(January 2014), 106–121. http://www.ijoi-online.org/attachments/article/38/Final_Issue_Vol_6_Num_3_January_2014.Pdf#Page=106
- Iskandar, R., & Wardhana, W. (2017). Analisis Faktor-Faktor Meal Experience dalam Menciptakan Perilaku Konsumen Pasca Pembelian di Jubilare Dine and Wine Bandung. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(2), 64–71. <https://doi.org/10.34013/jk.v2i1.10>
- Ji, F., & He, Y. (2013). Study On The Relationships Among Customer Satisfaction, Brand Loyalty And Repurchase Intention. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 49(1), 180–186.
- Kacen, J., & Lee, J. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Psychology - J Consum Psychol*, 12, 163–176. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1202_08
- Kautsar, A. P., Widiyanto, S., Abdulah, R., & Amalia, H. (2012). Relationship of Consumer Involvement, Credibility of the Source of Information and Consumer Satisfaction on Purchase Decision of Non-Prescription Drugs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65(December), 449–454. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.147>
- Kertajaya. (2010). Implementasi Experiential Marketing Strategy. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kotler, P. (2014). Manajemen Pemasaran. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1), 2071–2079.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=248715>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=109678>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://www.pearson.com/us/higher-education/product/Kotler-Marketing-Management-15th-Edition/9780133856460.html>
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. 3(1), 26–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115> Pengaruh
- Nurhayati, S. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Konsumen Pada Kedai Susu Kalimilk Yogyakarta*.
- Octaviana, R. A., & Nugrahaningsih, H. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Meratus Line Jakarta). *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 6(2), 57–72.
- Oniansyah, Ananda, N. A., & Rizqi, R. M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas

- Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus pada PT . Pegadaian Unit Seketeng , Kecamatan Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 17–27.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Priansa. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada RSUD Dr. R. Soetrasno Rembang. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 11–12.
- Purbasari, D. M., & Permatasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.1056>
- Ruslin, E. D. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(2), 345–354.
- Sakti, B. J., & Mahfudz. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Journal of Manajemen*, 7(4), 1–8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>
- Saputri, D. M., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customcase Handphone dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada TNT Shop 3 Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 674–683. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/14659>
- Schmitt, B. . (1999). Service Quality Experience and Customers' Behavioural Intentions in Active Sport Tourism. *Modern Economy*, 3(1), 28–39.
- Setiawan, M. Y. A. (2009). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Di Bagoes Music Studio Sidoarjo*. <https://doi.org/10.4324/9781315232201>
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. deepublish.
- Sugiyono. (2016). *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <http://inlis.kedirikota.go.id:8123/inlislite3/opac/detail-opac?id=11046>
- Sugiyono (Ed.). (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/>
- Sulastiyono, A. (2016). Manajemen Penyelenggaraan Hotel. In *Alfabeta* (Vol. 20,

- Issue 5).
https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta:+PT+Bina+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I
- Susanti, D., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(5), 1–19.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/300/306>
- Suwandi, Sularso, A., & Suroso, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres Di Kantor Pos Bondowoso Dan Situbondo. *JEAM Vol XIV April 2015*, XIV(April 2015), 68–88.
- Swastha, B., & Irawan. (2019). Menejemen Pemasaran Modern. 2013, 3, 1–9.
- Tetanoë, V. R., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12.
- Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.
https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/331546499_pemasaran_jasa/links/5c7f8f6492851c695059230d/pemasaran-jasa.pdf
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
https://www.researchgate.net/publication/316890207_Pemasaran_Jasa_Prinsip_Penerapan_dan_Penelitian
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (Issue 1). Penerbit Andi.
https://www.researchgate.net/publication/316890418_Service_Quality_Satisfaction
- Tjiptono, F., & Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Issue 1984). Buku Seru.
- Weliani, S. (2015). Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation, Dan Physical Environment, Terhadap Repurchase Intention, Melalui Customer Satisfaction. *Ultima Management*, 7(1), 39–61.
<https://doi.org/10.31937/manajemen.v7i1.923>
- Widyaningrum, I. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(Xx), 1–22. [http://repository.stei.ac.id/3163/1/Jurnal Indo Ika Devi W.pdf](http://repository.stei.ac.id/3163/1/Jurnal%20Indo%20Ika%20Devi%20W.pdf)
- Wijaya, Wi. A. (2018). Pengaruh Lokasidan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumenpada Qalbu Salim (Qs) Futsal Medan. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5.
- Wu, M. Y., & Tseng, L. H. (2014). Customer Satisfaction and Loyalty in an Online

Shop : An Experiential Marketing Perspective. *International Journal of Business and Management*, 10(1), 44–60.

Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2013). The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *ASEAN Marketing Journal*, 4(1), 37–46.
<https://doi.org/10.21002/amj.v4i1.2030>