

Daftar Pustaka

- Andreani, F. (2007). Experiential marketing (sebuah pendekatan pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Cousins, J., Lillicrap, D., & Weekes, S. (2014). *Food and beverage service*. Hachette UK.
- Cunningham, M. W., & Dev, C. S. (2007). *Strategic Marketing. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (Vol. 33).
- Ehrenberg, A. S. (2000). Repeat buying. *Journal of Empirical Generalisations in Marketing Science*, 5(2).
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23 edisi 8. Penerbit: Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hoyer, wayne D., & MacInnis, deborah J. (2010). *Consumer Behavior Fifth Edition*.
- Kardes, F. R., Cline, T. W., & Cronley, M. L. (2011). *Consumer behavior: Science and practice*. Cengage Learning, Incorporated.
- Kotler, P. (2000). Marketing Management , Millenium Edition. *Marketing Management*, 23(6), 188–193.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). United States of America: Pearson Education, Inc.
- Kurniyawati, W., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable variabel mediasi (Survei pada Konsumen Wedangan di Mojosoong Surakarta). *Jurnal Ekonomi danN Kewirausahaan*, 18(1).
- Malahayati, & Utami, S. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pada Konsumen Cafe Socolatte Di Kabubaten Pidie Jaya, Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol.1*, 183–201.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing: How to get companies to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands.

- Schmitt, B. (2011). Experience marketing: concepts, frameworks and consumer insights. *Foundations and Trends® in Marketing*, 5(2), 55-112.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sharp, B., & Sharp, A. (1997). Loyalty programs and their impact on repeat-purchase loyalty patterns. *International journal of Research in Marketing*, 14(5), 473-486.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian* (27th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Syahadat, I. N., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Starbucks Coffee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Starbucks Coffee Di Bandung). *eProceedings of Applied Science*, 4(1).
- Lamongi, J., Tumbuan, W. J., & Loindong, S. S. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di J.Co Donuts dan Cofee Manado Town Square*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Tanzil, G., Irawan, I., & Aprilia, A. (2017). Analisa Konsep Sizzling Steak Yang Merupakan Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Di Restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(1), 124-135.
- Tetano, V. R. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-12.
- Thejasukmana, V. A., & Sugiharto (2014). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Konsumen The Vinnette (House of Bovin and Lynnette) Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-14.
- Walker, J. (2011). *The Restaurant* (6th ed.). Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Wijaya, A. (2014). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repeat Purchase Dengan Customer Satisfaction Sebagai Experiential Marketing. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.