

Daftar Pustaka

- Andreani, F.(2007). “*Experiential Marketing* (Sebuah Pendekatan Pemasaran)”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 2 No 1, pp 1-8.
- Avianty, V., & Waloejo, H. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, & Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 67–72.
- Barimbing, C. A. A., & Sari, D. (2015). Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung. *E-Proceeding of Management*, 2(1), 770–777.
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management* (Management Hubungan Pelanggan) *Concept and Tools*. Jakarta : Bayumedia Publishing.
- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007). *How destination image & evaluative factors affect behavioural intentions?.* *Tourism Management*, 28, 1115-1122.
- Danang Sunyoto. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Fang, Y. H., Chiu, C. M., & Wang, E. T. G. (2011). *Understanding customers’ satisfaction and repurchase intentions: An integration of IS success model, trust, & justice.* *Internet Research*, 21(4), 479–503.
- Ferdinand, A. (2006). *Metodologi Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi kelima). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate : IBM SPSS 21* (Edisi ketujuh). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiwidjaja, R. S., & Dharmayanti, D. (2014). Analisa Hubungan *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 1–11.
- Hamzah, Amir (2007). *Analisis Experiential Marketing, Emotional Branding & Brand Trust* terhadap Loyalitas Merek Mentari. *Jurnal Usahawan*.
- Hardiansyah .(2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.

- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan & Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), 64–74.
- Hawkins, et. al., (2007). *Consumer Behaviour, Building Marketing Strategy*, 10th Edition. New York :The MCGraw-Hill Companies, Inc.
- Herlina, Vivi. (2019). *Paduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Irawan, Handi. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Mowen, Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.p.89.
- Kartajaya, H. (2002). *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, *Experiential Marketing & Rasa Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Pondok Tinggal Magelang)*. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 12.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education
- Kotler, Philip & Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, & *Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember*. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>
- Lapierre, Jozee. (2000). *Customer Perceived Value in Industrial Contexts*, *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol. 15
- Lokito, S. A., & Dharmayanti, D. (2013). Analisis Pengaruh *Experiential Marketing & Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi di Surabaya*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–15.
- Lovelock, Christopher, & Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. . Indeks. Indonesia.
- Lovelock, Christopher & Jochen. (2007) *Service Marketing*. Edisi 6. Pearson Prentice Hall. United States of America.

- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ningrum, Y. P., & Maskan, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan & Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Go-jek (Studi Kasus pada Konsumen Go-jek Pengguna Layanan Go-ride di Kota Malang). *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 309–313. <https://doi.org/10.34308/eqien.v6i2.93>
- Nurhalimah, N., & Nurhayati, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan & Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan*. 6(2), 1–5.
- Pettarani, L. Z., Haming, M., & Ella, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom IndiHome Makassar. 2(4), 150–161.
- Picón, A., Castro, I., & Roldán, J. L. (2014). *The relationship between satisfaction & loyalty: A mediator analysis*. *Journal of Business Research*, 67(5), 746–751.
- Pontoh, M. B., Kawet, L., & Tumbuan, W. A. (2014). Kualitas Layanan, Citra Perusahaan & Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 285–297.
- Pratiwi, N. P. L., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan & Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(5), 1422–1433.
- Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan & Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 301–310. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22363>
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, & Kanuk. (2010). *Consumer Behaviour*. Edisi 10. New Jearsey: Pearson.
- Schmitt, B. H. (2011). *Experiential Marketing How to Get Customer Sense, Feel, Think, Act, & Relate to Your Company and Brand*. New York: The Free Press.
- Schmitt, B. H. (2014). *The Current State & Future of Brand Experience*. *Journal of Brand Management*. Volume. 21 NO. 16, pp. 727-733.
- Schmitt, H. Bernd, & Rogers. (2008). *Handbook on Brand & Experience Management*. UK: Edward Elgar Publishing.

- Shah, I. A., Rajper, Z. A., Ghumro, I. A., & Mahar, S. W. (2018). *Experiential Value Mediates Relationship Between Experiential Marketing & Customer Satisfaction*. *Sukkur IBA Journal of Management and Business*, 5(2), 45–61. <https://doi.org/10.30537/sijmb.v5i2.315>
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustakabarepress.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). *Consumer perceived value: The development of a multiple item scale*. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220.
- Tjiptono, F. dan G. Chandra. (2011). *Kualitas Pelayanan*. Edisi 4. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, C., Gregorius, A., Adriana, D (2008) *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius, Chandra. (2005). *Manajemen Kualitas Jasa*. Andi : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Andi: Yogyakarta.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga & Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22918>
- Wahyuningsih. (2011). *Nilai Pelanggan: Konsep & Strategi*. *Jurnal Megadigma*. Vol. 4, No. 1, Januari 2011: 65-77.
- Wardhana, A. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan & Citra Merek Bengkel Resmi terhadap Nilai Pelanggan Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan (Suatu Survey pada Pelanggan Bengkel Resmi Kendaraan Mpv dibawah 2500 Cc di Kota Bandung)*. *Jurnal Kebangsaan*, 2(3), 1–11.
- Wijanarko, K. S. (2014). *Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Menggunakan Smartphone Samsung Galaxy Series di Kota Palu*. *Katalogis*, 2(7), 34–46.

- Witama, A. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(5), 49–55.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Zahri, A., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2019). *The Effect of Experiential Marketing on Customer Satisfaction at CGV Cinema in Palembang*. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 9(12), 600–607. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.9.12.2019.p9675>
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, & D.D. Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 6 ed. Mc.Graw-Hill. Boston.
- Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2012). *The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, & Customer Loyalty*. *ASEAN Marketing Journal*, 4(1), 37–46.
<https://doi.org/10.21002/amj.v4i1.2030>.