

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, F. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen. *eJournal Administrasi Bisnis*, 2015, 3 (1): 244-258
- Christian,A & Dharmayanti,D . (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty The Light Cup di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* vol.1, N.2, 1-13.
- Cooper, D. R., & Pamela, Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*, Vol. 2. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Dharmansyah,I. (2013). Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu). Universitas Negri Semarang. Skripsi
- Fatonah, S & Susanto, D. (2010). Pengaruh Price, People, Process dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. BNI Sekurities Cabang Surakarta. *Excellent*, Vol. 1, No. 2.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, F & Zaadah, H. (2013). Aplikasi People, Process dan Physical Evidence di PT. Bank Syariah Mandiri Singosari. *Jurnal Akutansi Aktual*, Vol. 2, No. 2, 76-92.
- Ghozali, I.(2012). *Konsep,Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendarsono, G & Sugiharto, S.(2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, 1-8

Hurriyati, R. (2005), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung. Alfabeta

Kartajaya, H. & Sula, M.S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.

Keagan, J.W. & Green, S.M. (2000). *Global marketing* (2nd ed). New Jersey: Pearson Education Inc.

Kertajaya, H. (2010). *CONNECT-Surfing New Wave Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P. and Armstrong, G. (2002) *Principle of Marketing* : 9thnEdition. New Jersey: prentice Hall

Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). *Marketing Management*. 13th Edition. New Jersey: Upper Saddle River.

Letio, A & Sulistiawati, A.P. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Mengwi, Badung, Bali. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No 1, 938-954

Lin S. M. (2011). Marketing mix (7P) and performance assessment of western fast food industry in Taiwan: An application by associating DEMATEL and ANP. *African Journal of Business Management* Vol. 5(26), pp. 10634-10644, 28 October, 2011.

Lovelock, C & Lauren W, (2004). *Principles of Service Marketing and Management*, Prentice Hall, New Jersey.

Margaretha, M. (2004). Studi mengenai loyalitas pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. iii, No. 3, 289-308.

- Monroe & Allard C.R. (2005). *Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical*. Industrial Marketing Management.
- Mukhsinah & Brahmaratih, I. A. (2014). The Impact of Product, People, Process and Physical Evidence On Customer Loyalty at PT. Samudra Shipping Service Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol. 1, No. 1, 43-73.
- Nirwana. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Dioma: Malang.
- Nugroho, R., & Japariato, E. (2013). Pengaruh Product, Promotion, Place, Price, People, dan Physical Evidence Terhadap Tingkat Kunjungan di Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Volume 1, No. 2, 1-9.
- Oeyono, J.T & Dharmayanti, D. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Intervening Variabel di Tator Kafe Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, 1-9
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 24(1): 12–40.
- Saladin, D. (2002). *Manajemen Pemasaran*, PT. Linda Karya Bandung
- Schiffman, Leon G dan Leslie L Kanuk. *Consume Behavior*. 10/E. (2010). Penerbit: Erlangga.
- Schmitt, Bernd H. (1999). *Experiential Marketing : How to get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and relate to Your Company Brands*. New York: The Free Press
- Sekaran, U. (2009). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Singgih, S dan Tjiptono, F. (2004). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo (Kelompok Gramedia).

Stanton, W. (1996). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid Kedua Edisi Ketujuh*. Erlangga: Jakarta.

Sucipto, A. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UINMALIKIPRES

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama, Hurriyati : Bayumedia Publishing

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi: Yogyakarta

Trisno, M. 2004. Faktor-Faktor Kepuasan dan Loyalitas : Studi Kasus pada CV Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2. Universitas Kristen Petra.

Wijaya, Angelique V. & Siswanto, C. (2013). Analisis Pengaruh People, Physical Evidence dan Product terhadap keputusan pembelian Konsumen di Comedy Kopi Surabaya Town Square (Sutos). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 1, No. 1, 111-123

Yazid, (2003). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Ekonesia, Yogyakarta

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. (2006). *Service marketing* (4th ed). New York: The MC Graw-Hill Companies, Inc.