

DAFTAR PUSTAKA

- 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. *Asian Social Science*, 9(1), 262.
- Andreani, F. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Marketing) ,*Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, April 2007.
- Bayraktar, E. Et Al. (2012). Measuring the Efficiency of Customer Satisfaction and Loyalty for Mobile Phone Brands with DEA. *Expert Systems With Applications*, 39(1), 99-106.
- Christian, A., & Dharmayanti, D. (2013). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty the Light Cup di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen PemasaranPe Tra*, Vol.1, No.2.
- Devindiani, E., & Wibowo, L. A. (2016). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction serta Dampaknya pada Customer Loyalty (Survei pada Pengguna Smartphone di Komunitas Online Apple dan Samsung Regional Bandung). *Journal Of Business Management Education*, 1(1), 149-159.
- Dharmawansyah, I. (2013). Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu). *Management Analysis Journal*, 2(2).
- Djarmiko, Y., & Adartha, C. V. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen di The Singhasari Resort Batu. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(1).
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan* . Diterjemahkan Oleh Dwi K. Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hadiwidjaja, R. S. (2015). Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(2), 1-11.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7thed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hapsari, A., & Fauzi, A. (2017). Pengaruh Experiential Marketing sebagai Suatu Strategi dalam Menciptakan Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas

- (Survei pada Pelanggan Waroeng Spesial Sambal “Waroeng Ss” Cabang Sengkaling, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(2), 103-114
- Idris. (2010). *Aplikasi Model Analisis Kuantitatif dengan Program SPSS Edisi Revisi III*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Ishak, Asmai. 2005. Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya. *Edisi Khusus Jurnal Siasat Bisnis Vol.3 H.1-11*.
- Jatmiko, R. D., & Andharini, S. N. (2012). Analisis Experiential Marketing dan Loyalitas Pelanggan Jasa Wisata (Studi pada Taman Rekreasi Sengkaling Malang). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(2), 128-137.
- Kotler, P & Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P & Armstrong (2012): *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P & Keller. (2016). *Marketing Management 16 Edition*.
- Kusumawati, A. (2011). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (Matos) Analysing the Influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty: The Case of Hypermart Malang Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 75-81.
- Lee, M. S., Hsiao, H. D., & Yang, M. F. (2010). The Study of the Relationships Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *International Journal Of Organizational Innovation*, 3(2).
- Lopumeten, R. N., & Tomaso, S. K. (2017). Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Restoran Imperial Resto di Kota Ambon). *Jurnal Soso-Q*, 5(2), 34-50.
- Maghnati, F., Ling, K. C., & Nasermoadeli, A. (2012). Exploring the Relationship Between Experiential Marketing and Experiential Value in the Smartphone Industry. *International Business Research*, 5(11), 169.
- Musfar, T. F., & Novia, V. (2013). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty pada Pelanggan Restoran Koki Sunda di Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 20(04).
- Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia di Banda Aceh dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 8(3).New Jersey: Pearson.

- Ojo, O. (2010). The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Telecommunication Industry: Evidence from Nigeria. *Broad Research In Accounting, Negotiation, And Distribution, Vol. 1 No. 1, Pp. 88-100.*
- Putra, (2018). *Usaha Kuliner di Indonesia Dinilai Lebih Berkembang.* <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/03/01/p4wqrs284-usaha-kuliner-di-indonesia-dinilai-lebih-berkembang> diakses Pada 14 Maret 2018 Pukul 11:45
- Putri, Y. A., & Astuti, S. R. T. (2010). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel “X” Semarang. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET, 12(2).*
- Saraswati, R., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2013). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas (Studi pada Pelanggan Taman Indie Resto Malang). *Jurnal Administrasi Negara, 6 No. 1, 1–9*
- Sari, H. P., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Merbabu Guest House Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 6(2).*
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4.* Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, Inka Janita. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mcdonald’s MT.Haryono Malang). *Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang.*
- Sharma, R. (2011). Experiential Marketing: A Contemporary Marketing Mix. *International Journal Of Management And Strategy, ISSN(3), 2231–2703.*
- Sriayudha, Y. (2013). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Samsung Galaxy Tab. *Jurnal Dinamika Manajemen, 1(4), 296-308.*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Suryawan, S. (2013). Analisa Hubungan antara Experiential Marketing, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Cafe Nona Manis Grand City Mall Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran, 1(2), 1-10.*
- Sutriyanto, (2018). Dalam 5 Tahun Jumlah Restoran Kelas Menengah Tumbuh 250 Persen, <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun->

jumlah-restoran-kelas-menengah -tumbuh-250-persen diakses Pada 16 Maret 2018 Pukul 12:04

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).

Syawal, (2018). Pertambahan Penduduk Padang 12.968 Orang Setahun, <https://hariansinggalang.co.id/pertambahan-penduduk-padang-12-968-orang-setahun/diakses> Pada 21 Maret 2018 Pukul 19:15

Wahyuni, A. T., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 5(2).

Zeithmal, A. Z., Leonard, L. B., & Parasuraman, A. (2006, April). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal OfMarketing*. 60. 31-46.

Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2013). The Study of Relationship Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Asean Marketing Journal*.

