

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N., DH, achmad fauzi, & Nuralam, inggang perwangsa. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 64(1), 92–101. 1
- Ali, H. (2008). Marketing. In *Yogyakarta: Media Utama* (p. 1).
- Amanda, S., & Dharmayanti, D. (2009). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya. *Manajemem Pemasaran*, 121–131, 1–15.
- Astriana, A. (2019). Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening: pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas (studi pada pelanggan molak malik cafe kota pasuruan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 1145–1153.
- Br Sitepu, S. N., & Christina, A. I. (2020). Pengaruh Karakteristik Toko terhadap Pengalaman Konsumen Gerai Kopi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 13(2), 138. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i2.18930>
- Customer, P., Customer, D. A. N., Customer, T., Melalui, L., & Satisfaction, C. (2015). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 4(4), 281–288. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i4.8880>
- Fandy Tjiptono. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi III. In *Yogyakarta : CV. Andi Offset*.
- Ghozali, Imam, & Latan, H. (2015). PARTIAL LEAST SQUARE Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2. In *Badan Penerbit - Undip*.

- Grundey, D. (2008). Experiential Marketing vs. Traditional Marketing: creating rational and emotional liaisons with consumers. In *The Romanian Economic Journal Year XI, no.29*. (p. 138).
- 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.
- Hanan, Mack & Karp, P. (1991). Customer Satisfaction: How to Maximize, Measure and Market your company's Ultimate Product. In *New York: American Management Association*.
- Handayani, W., Anshori, M., Usman, I., & Mudjanarko, S. W. (2018). Why are you happy with impulse buying? Evidence from Indonesia. *Management Science Letters*, 8(5), 283–292. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.4.019>
- Handi Irawan. (2008). Sepuluh Prinsip kepuasan Pelanggan. In *(Jakarta; Alex Media Komputindo*.
- <https://ekonomi.bisnis.com/>. (n.d.).
- Husodho, W. R. (2015). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2). <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.667>
- Indarwati, T. A., & Tiarawati, M. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Experience Dan Emotional Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di J.Co Donuts & Caffee Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(1), 102. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150108.id>

- Kepuasan, D., Sebagai, P., & Intervening, V. (2019). 3) 1, 2, 3). 19(3), 336–348.
- Khakim, L., Fathoni, A., & Minarsih, maria m. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Jurnal Manjmemn*, 1–15.
- Kotler, P. dan K. K. L. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas. Jilid Pertama. In *Jakarta: Penerbit Erlangga*. (p. 6).
- Kotler Philip dan Armstrong. (2001). Prinsip -Prinsip Manajemen, Jilid 1 Edisi Kedelapan. In *Penerbit Erlangga, Jakarta*.
- Kusumawati, A. (2011). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 75–86.
- Made, N., Sulistyawati, A., & Seminari, N. K. (2015). 12882-1-27881-1-10-20150814 (1). 4(8), 2318–2332.
- Mowen dan Minor. (2002). Perilaku Konsumen. In *Jakarta: Penerbit Erlangga*.
- Paransa, R., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2020). Analysis Influence Experiential Marketing Towards Customer Loyalty In Cofee Home Z Manado. *Jurnal EMBA*, 8(3), 65–74.
- Pemasaran, V. T.-J. S., & 2014, U. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Publication.Petra.Ac.Id*, 2(1), 1–12.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1382>
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan

- Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta.
Jurnal Manajemen Bisnis, 9(2), 193–212. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>
- Putra R., Arifin, R., & Hufrron, M. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. 82–94.
- Rianti, O. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(8 AGUSTUS 2017), 1–19.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing: How to Get Your Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Branda. In *New York: FreePass*.
- Subagiyo, R., & Adlan, M. A. (2017). Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1567>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Penerbit Alfabeta, Bandung*.
- Taylor & Gary, H. (2003). An Exploratory Investigation Into The Antecedents of Satisfaction, Brand Attitude, and Loyalty Within The (B2B) eCRM Industry. In *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. In *Yogyakarta*.
- Tjiptono, F. (2006). Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer. In *Andi Offset, Yogyakarta*.
- Tjiptono, Fandy. (1996). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Umar, H. (1997). Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis. Edisi Ketiga. Cetakan

Ketiga. In *Jakarta: Raja Grafindo*.

Walangare, J. L., Moniharapon, S., & Roring, F. (2019). Terhadap Loyalitas Pelanggan Di the Coffee Bean Mantos the Influence Analysis of Satisfaction Factor , Trust and Service Toward. *Jurnal EMBA*, 7(1), 581–590.

Wulandari, A. N., Fauzi, A., & Nuralam, I. P. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty (Survei Pada Nasabah Yang Memiliki Tabungan Bank Negara Indonesia (Bni) Kantor Cabang Utama (Kcu) Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 68, No(1), 1–8.