

## DAFTAR PUSTAKA

- Dania, F. T. (2020). Pemasaran. In *Pemasaran* (p. 464). Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juni, P. D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kompetitor*. Bandung: Alfabeta.
- KOTLER, P. K. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management*. England.
- Laksana, M. F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Philip Kotler, G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Schmitt, B. (n.d.). *Experiential marketing, How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. New York. 1999.
- Sabarguna. (2004). *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta CV.

## JURNAL

- Harun. (2013). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank. *EMPATHY Jurnal Fakultas Psikologi. Jurnal Fakultas Psikologi.*
- Iswano. (2020). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank BRI Syariah KC Semarang. *Skripsi Ekonomi.*
- Irma Yanti Febrini, R. W. (2019). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI WARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen Bisnis.*
- Jeslyn Monica Leha dan Dr. Hartono Subagio, M. (2014). PENGARUH ATRIBUT CAFÉ TERHADAP MOTIF BELANJA HEDONIK MOTIF BELANJA UTULITARIAN DAN LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS COFFEE DI THE SQUARE APARTEMENT SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* , 1-12.
- Prasetyo, D. (2017, Juni). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-Jek. *Jurnal Psikologi. 15.*
- Ratih Kusuma Dewi, S. K. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampanya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 2-5.*
- Putri, Y. L. (2017). engaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening,. *Jurnal Manajemen Pemasaran.*
- Reymond Setiabudi Hadiwidjaja dan Diah Dharmayanti, S. M. (n.d.). Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN.*
- Ruzikna, A. A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Sabrina Budget Trevvel Pekanbaru.
- Safitri. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan asri motor.
- Santosa. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Yakult di Wonosobo.

- Sari, S. W. (2015). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di nDalem Ngabean Resto. *urnal Fakultas Teknik*, Yogyakarta.
- Sinurat. (2017). Pengaruh Inovasi Produk,Harga,Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA*, V, 2230-2239.
- Sri Farah Dillah, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen General Repair PT Nasmoco Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi pemasaran : konsep memenangkan persaingan bisnis dan menakar keberhasilan strategi menarik konsumen / Danang Sunyoto ; penyunting, Tri Admojo*. Yogyakarta.
- Wijayanto, N. d. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware. *Jurnal Administrasi Bisnis, II*.
- Yuda Wijanarka, S. S. (2014). Pengaruh Emotional branding dan Experiential marketing Terhadap Loyalitas Merek Eiger Adventure Melalui Brand trust dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Eiger Adventure Store Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*.
- Yulianto, R. S. (n.d.). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS (Studi Pada Pelanggan Taman Indie Resto Malang).