

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2013). *Marketing*. Yogyakarta : Cetakan Pertama, Media Pressdindo.
- Amstrong, G. &. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan,*. Jakarta, : Pren indo.
- Amstrong, G. &. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan,*. Jakarta,: Pren indo.
- Amstrong, K. d. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran,Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga .
- Andreani, F. (2007). “Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan pemasaran)”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vo. 2 No. 1 April*, p 1-8.
- Assauri, S. (2007). *Manajemen Pemasaran,*. Jakarta :: PT. Raja Grafindo persada.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Basu Swastha Dharmestha, d. T. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen, Edisi Pertama, Cetakan Keempat,*. Yogyakarta:: BPFE.
- Caroline Lunnette, F. A. (2007). **KEPUASAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG DI GYU KAKU GALAXY MALL.** *Universitas Kristen Petra,*.
- Devi Resti, H. S. (2016). **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA RUMAH KECANTIKAN SIFRA DI PATI (Studi Pada Griya Kecantikan Sifra 1 Jalan Astina-Pati).** *Diponegoro University Institutional Repository*.
- Fajar, L. (2008). . *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Hawkins, D. I. (1998). *Consumer Behavior :Building Marketing Strategy*. mcgraw-hill.
- Hawkins, D. I. (1999). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Kanuk, S. d. (2004). perilaku konsumen (edisi 7). *jakarta : salemba empat*.
- Kartajaya. (2004). *hermawan Kartajaya on brand*. bandung: mizan pustaka.
- Kartajaya, H. (2004). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran.Jilid I. Edisi ke 13,*. jakarta: Erlangga.

- Kenny Jaya Adinata, N. N. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 8, 2018*, ISSN: 2302-8912.
- Kertajaya, H. (2010). *Connect! Surviving New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lamiah, R. (2015). Jurnal Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame, Dan Pajak Penerangan Jalan Pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara.
- Lovelock, C. d. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Malik, F. (2012). The Impact Of Price Perception, ServiceQuality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study of Hospitality Industry In Pakistan). *Interdisciplinary Journal Of Contemporary research In busines*, 114-126.
- Marsun., A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Nigam. (2012). Modeling Relationship between Experiential Marketing, Experiential Value and Purchase Intension in Organized Quick Service Chain Restaurants Using Structural Equation Modeling Approach. *International Journal of Computer Science & Management Studies, Vol 12.*, pp. 2231 –52.
- Oison, P. P. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Olson., P. J. (2000). *Consumer Behavior Jilid II diterjemahkan oleh Damos Sihombing*. Jakarta :: Erlangga.
- Radiosunu. (2001). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta: BPFE.
- richard, S. (2003). *pengertian hotel* . Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Rismiati Catur, d. B. (2005). *Pemasaran Barang dan Jasa, cetakan*. Jakarta.: Kanisius.
- schmiit. (1999). *experiential marketing*. New York: Free Press.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing: How to get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands. *New York: The Free Press*.

- Simamora, B. (2002). *memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Smilansky, S. (2009). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive brand Experiences*. London : Kogan Page.
- Sulartiningrum, E. S. (2003). *Pengantar akomodasi dan restoran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Wahyu Eko Saputro, s. i. (2020). ANALISIS DAYA TARIK WISATA, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal GeoEkonomi ISSN-Elektronik*, 56-73.
- William J. Stanton. (2004). *Prinsip Pemasaran.. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu*. Jakarta: Erlangga.
- Yazid. (1999). *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi, Edisi Pertama*., Yogyakarta: Ekonisia FE-Ull.