

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Edisi Kelima cetakan Revisi, Bandung : Alfabeta.*  
<https://doi.org/10.1016/j.knosys.2008.03.040>
- Aptri, C. A., & Sari, D. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Studi pada Pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung). *e-Proceeding of Management.*
- Ayu, D. M., (2014). Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya
- Arikunto. (2013). *Metodelogi Penelitian, Suatu Pengantar Pendidikan. Rineka Cipta, Jakarta.*
- Chao, R., Wu, T.-C., I-Shou, & Yen, W.-T. (2015). The Influence of Service Quality , Brand Image , and Customer Satisfaction on Customer Loyalty for Private Karaoke Rooms in Taiwan. *The Journal of Global Business Management*, 11(1), 59–67.  
<https://doi.org/http://doi.org/10.7289/V5/TM-NMFS-OPR-55>
- Farida. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center [ Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang ]. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–15.
- Griffin, R. (2010). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. MIT Press Books.*  
<https://doi.org/10.1109/IEMDC.2003.1210404>
- Halim, P., Swasto, B., Hamid, D., & Firdaus, M. R. (2014). The Influence of Product Quality , Brand Image , and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty ( Survey on Customer Brand Sharp Electronics Product at the South Kalimantan Province ). *European Journal of Business and Management*, 6(29), 159–166.
- Ismail, M. (2014). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek* (Cetakan Pe). Kediri: IPB Press.
- Kartajaya, Hermawan. (2004). *Marketing in Venus.* Jakarta: Gramedia Pustaka

Utama.

- Keller, K. dan. (2008). Philip Kotler. In *Guide to Management Ideas & Gurus* (hal. 261–262).
- Khasanah, I. (2015). analisis pengaruh nilai pelanggan, experiential marketing dan rasa kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus hotel pondok tingal magelang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* 12 (2015) Juni 10 - 20.
- Kotler, & Armstrong, 2009. (2009). Philip Kotler. In *Guide to Management Ideas & Gurus* (hal. 261–262).
- Mohammad, Haghighi. (2012). Evaluation of factors affecting customer loyalty in the restaurant industry. *African Journal of Bussines Management*, 6(14). <https://doi.org/10.5897/AJBM11.2765>
- Muhammad, R. d. (2016). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol.5, NO.1, Mei 2016.
- N.Marta, A. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Kedelai Jepang Edamame Pendekatan Structural Equation Modeling. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 5(1), 408–417.
- Poenaru, A., & Halliburton, C. (2011). Service Outcomes -- I: Antecedents and Outcomes of Cognitive and Affective Customer Trust: A Multi-Channel Perspective. *AMA Summer Educators' Conference Proceedings*, 22, 509–510.
- Prasetyo, W. B. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada swalayan luwes purwodadi ). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–13.
- Ria, Yunita, Dewi., Yulianeu, Andi, Tri, Haryono, E. G. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara online dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com). *Journal Ilmiah*, 1(Manajemen), 1–7.
- Rizal, Muhammad. (2016). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol.5, NO.1, Mei 2016
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran (ketiga)*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, Quality & Satisfaction. In *Edisi 4*

(hal. 506). <https://doi.org/10.3389/fgene.2015.00293>

- Wahyuni, A. T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–17.
- Widiaswara., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang). *Journal of Management*, 6(4), 1–15. Diambil dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/18065>
- Yang, Chih., Yun. (2009). The Study of Repurchase Intention in Experiential Marketing- An Empirical Study of the Franchise Restaurant. National Kaohsiung Hospitality College, Department of Hospitality Marketing Management.
- Yousafzai, S., Foxall, G., & Pallister, J. (2007). *Technology acceptance: A meta-analysis of the TAM: Part 1. Journal of Modelling in Management* (Vol. 2). <https://doi.org/10.1108/17465660710834453>
- Zuhro, M. B. S. (2015). Loyalitas Pelanggan. *BISNIS*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.1109/ICCSN.2011.6014200>