

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2017). Pengaruh Promosi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut.
- Amin, (2004). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Di Breadtalk Surabaya Town Square.
- Andre, Y.B. (2009). Analisis Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keinginan Pembelian Ulang (Studi Kasus Di Universitas Bunda Mulia).
- Arikunto.(2013). *Metodologi Penelitian, Suatu Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Artika. (2015). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.
- Balqiah.(2002). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Di Breadtalk Surabaya Town Square.
- Basuki dan Prawoto.(2006). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. HASJRAT ABADI *Outlet* Yamaha Karombasan Di Manado. Hal.22
- Berman dan Evans.(1995). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di J.CO *Donuts and Coffee* Manado *Town Square* Manado. Jurnal Emba Vol.6, No.6.
- Bettencourt dalam Andre, Y, B. (2009). Analisis Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keinginan Pembelian Ulang (Studi Kasus Di Universitas Bunda Mulia).
- Budi Prasetyo. (2019). Pengaruh Promosi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut.
- Cooper dan Emory. (1995). Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel “X” Semarang.
- Dede Komarudin. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Panadol Untuk Nyeri Kepala Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Di Jakarta Timur. Jurnal Ekonomi Volume 21 No.2.

- Desi dalam Dede, K. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Panadol Untuk Nyeri Kepala Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Di Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Volume 21 No,2*.
- Dzakirah. (2012). Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.
- Djarwanto dan Subagyo, P. (2000). Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel "X" Semarang.
- Dumat and Mandey.(2008). Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Emotional Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Kopi (Studi Kasus Pada *Van Ommen Coffee* Manado).p.6.
- Evans dan Breman.(1995). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Di Breadtalk Surabaya *Town Square*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol.2, p.10.
- Farida, N.U. (2018). Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Repurchase Intention* Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Kerajinan KSU APIKRI YOGYAKARTA).
- Ghozali.(2011). Pengaruh *Word Of Mouth*, Tingkat Pendapatan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang).p.78.
- Ghozali.(2006). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas, Dan *Experiential Marketing* Terhadap *Word Of Mouth* Situs Jejaring Sosial *Facebook* Pada Mahasiswa FE UNDIP Semarang.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS Semarang Universitas Diponegoro.
- Griffin dalam Dede, K. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Panadol Untuk Nyeri Kepala Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Di Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Volume 21 No.2*.
- Griffin. (2005). Peran *Word Of Mouth* Memediasi Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Green Product* Merek Oriflame Di Kota Denpasar. *Jurnal Widya Manajemen* Vol.1.No.1.
- Gunarso. (2005). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di J.CO *Donuts And Coffee* Manado Town Square. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.4 September 2018. Hal 3038-3047.

- Hogan et al. (2004). Pengaruh *Word Of Mouth*, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen.
- Henricks. (1998). Pengaruh *Word Of Mouth*, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen.
- Jill Grififn dalam Septias, S, P., Andi, T, R & Patricia, D, P. (2007). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Ahyana Collections Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Of Manajemen* Vol.02. No.02. p.86.
- Kertajaya dalam Widiyanti. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Kebun Strawberry D'MOOAT. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.9.No.1.
- Kertajaya. (2006). Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Emotional Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Kopi (Studi Kasus Pada *Van Ommen Coffee* Manado). *Jurnal EMBA* Vol.6.No.4. p.166.
- Khaerudin. (2015). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.
- Kotler, P.& Keller, K, L dalam Joni, B & Erminati, P. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I Edisi Kedua Belas). PT. Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi. (2013). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.
- Mac Leod.(2005). Pengaruh *Word Of Mouth*, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen.
- Margaretha. (2004). Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen PT. ALHAMDI GLOBAL WISATA Periode. p.297.
- Maulina et al. (2014). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.
- Mowen and Minor. (2002). Pengaruh *Word Of Mouth*, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen.
- Northee. (2015). Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.
- Oliver dalam Taylor.(2004). Analisis Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keinginan Pembelian Ulang (Studi Kasus

- Di Universitas Bunda Mulia). *Business & Manajement* Jurnal Bunda Mulia, Vol.5, No.1.
- Olson dalam Musanto. (2004). Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.57, No.1.p.128.
- Pine and Gilmour. (1998). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Di Breadtalk Surabaya *Town Square*.
- Putri, Y.A., dan Astuti, S.R.T. (2010). Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel “X” Semarang.Vol.12, No.2, hal.191-195.
- Rindegan, C.M., Mananeke, L., dan Poluan, J. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. HASJRAT ABADI Outlet Yamaha Karombasan Di Manado. *Jurnal Emba* Vol.6, No.4.
- Rosen dalam A Yuanita & Jony, O, H. (2002). Pengaruh *Word Of Mouth*, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen.
- Schiffman and Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Kelompok Gramedia; Jakarta.
- Schimitt dalam Vinsensius, R, T & Diah, D. (2014). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketujuh). Jakarta: PT. Indeks.
- Schimitt dalam Kotler dan Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama). Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Schuller dalam A. Yunita & Jony, O, H. (2008). Pengaruh *Word Of Mouth*, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen.
- Silvermain dalam A. Yunita & Jony, O, H. (1997). Pengaruh *Word Of Mouth*, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen.
- Sumardy dalam Budi, P. (2019). Pengaruh Promosi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut. Volume IV No.1.
- Sumardy, dkk. (2011). Pengaruh *Word Of Mouth* Memediasi Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Green Product* Merek Oriflame Di Kota Denpasar. *Jurnal Widya Manajemen* Vol.1, No.1. p.71.
- Swara, N.M., dan Putri, N.M. (2018). Peran *Word Of Mouth* Memediasi Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Green Product* Merek Oriflame Di Kota Denpasar. *Jurnal Widya Manajemen* Vo.1, No.1. p.87.

- Tetanoë, V.R., dan Dharmayanti, D., S.E., M.S.i. (2014). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Di Breadtalk Surabaya *Town Square*.
- Tjiptono, F. (2006). Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Utarsih. (2016). Pengaruh *Experiential Marketing* Minat Beli Ulang Konsumen Di J.CO *Donuts and Coffee* Manado *Town Square*. Jurnal *Emba* Vol.6, No.6.
- Wilson. (1994). Pengaruh *Word Of Mouth*, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Kosumen