

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler, 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Andreani, F. (2007). *Experiential Marketing* (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- B. Joseph Pine II dan James H. Gilmore (1999), *The Experience Economy : Work Is Theatre and Every Business a Stage*, Boston : *Harvard Business School Press*.
- Barimbing, C. A. (2015). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung). *Jurnal of Management* : Vol.2, No.1 April 2015
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Bumbu Desa. (n.d.). Retrieved April 28, 2017, from <http://bumbudesas.com>
- Dewi, A. M., Andriani, N., & Arief, M. (2014). Pengaruh *Strategi Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. *Jurnal Manajmen pemasaran*.
- Dyah, Hasto Palupi dan Sudarmadi. 2001. "Mengikat Konsumen dengan EXEM, *Majalah SWA*, Vol XXIV 22 November-2 Desember 2001. Hal. 26
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, A. (2007). *Analisis Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merk Mentari*. *Manajemen Usahawan Indonesia No. 6/Th.36/ Juni* , 22-28.
- Hermawan Kartajaya. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (2004). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Indrawati, & Fatharani, U. S. (2016). *The Effect of Experiential Marketing Towards Customer Satisfactions on Online Fashion Store in Indonesia*. *Asia Pacific Journal of Advance Business and Social Studies*, vol. 2. Issu. 2, 232-241.

- Jin, J. H. (2013). *The Effect of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Revisit Intention of Beauty Salon Franchise Stores*. *J. fash. bus.* Vol. 17, No. 3, 109-121.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing*. New jersey: Pearson.
- Melviani, R. E., & Eka, Y. (2015). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan( Study Pada Wiki Koffie Bandung). *Koleksi Telkom University*.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schmitt. (1999). *Schmitt. 1999. Experiential Marketing, How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, to Your Company and Brands*. New York: The Free Press.
- Schmitt, Bernd H.;Rogers, David L. (2008). *Handbook on Brand and Experience Management. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, & Fandy. (2004). *Strategi Pemasaran. Edisi kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality and Satisfaction (ed 3)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Top brand index*. (2012). Retrieved Maret 23, 2017, from Topbrandindex: <http://www.topbrandindex.com>
- wirtz, c. l. (2011). *Services Marketing New Jersey USA Pearson*.