

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Amrullah, W. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Sengkaling Kuliner “Sekul” Malang*. *Manajemen Bisnis*, 7(2).
- Andreani, Fransisca. 2007. *Experiential Marketing* (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2 (No.1), Hal. 1-8
- Arif, F., & Saputri, M. E. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Dunkin'Donuts Indonesia*. *Almana*, 2(2), 74-87.
- Basu, Swastha. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Devindiani, E., & Wibowo, L. A. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya pada Customer Loyalty* (Survei pada Pengguna Smartphone di Komunitas Online Apple dan Samsung Regional Bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 149-159.
- Dewanthi, A., Wulandari, K., & Made, N. (2017). *Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Konsumen*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(1).
- Dewi, R. K., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan* (Survei Pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 1-6.
- Dimiyati, M. (2014). *Peranan experiential marketing dan kepuasan pasien dalam menciptakan loyalitas pasien rumah sakit fatimah banyuwangi*. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 13(2).
- Fandy Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jill, (2002), *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.

- Griffin, Jill. 2007. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Harpadeles, I., Jushermi, & Nursanti, A. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TRANS METRO PEKANBARU Oleh: JOM Fekon, 3(1), 43–56.
- Husna, N. (2020). *Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Waroeng Kampoeng Ag One Tulungagung* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, S., & Qomariah, N. (2018). the Effect of Brand Image and Product Attributes on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 457–466. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.10>
- Indriani, A. R., & Pangestuti, E. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung* (Studi Pada Jawa Timur Park 2 Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2), 113-120.
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DEPOT MIE PANGSIT JEMBER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1).
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Gary Amstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa* Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta

- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa* Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, VI(2), 212–221.
- Nursaid, N., Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020). The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students. 1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019), 436, 156–161. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Qomariah, N. (2008). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan dan loyalitas pelanggan:(Studi kasus pada Universitas Muhamadiyah Jember). Universitas Jember.
- Qomariah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 177–187.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY
- Qomariah, N., Budiastuti, A., Sanosra, A., Susbiani, A., & Budisatoto, E. (2020). Building Student Satisfaction and Loyalty Based on Service Quality and Institutional Image. 7(9), 24–33.
- Rahmawati. 3. Pengaruh "Sense" dan "Feel" dari *Experiential Marketing* pada *Konsumen Soto Gebrak*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3 (2).
- Ratnasari, D., & Gumanti, T. A. (2019). Relationship marketing, service quality, satisfaction and customers loyalty of bank sharia mandiri banyuwangi. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(6), 7–10. <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=015665522297807158791:e4ankvq01v0&q=http://www.ijstr.org/final-print/june2019/Relationship-Marketing-Service-Quality-Satisfaction-And-Customers-Loyalty-Of-Bank-Sharia-Mandiri-Banyuwangi.pdf&sa=U&ve>
- Razanah, Zahrina. 2013. *Penerapan Experiential Marketing Strategy dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas*. Universitas Brawijaya, Malang
- Rianti, O., & Oetomo, H. W. (2017). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(8).

- Rianti, O., & Oetomo, H. W. (2017). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(8).
- Rosita, N. P. S. 2015. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Swalayan Sinar Rahayu Negara Tahun 2014*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5. (1)
- Sari, H. P., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2017). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Merbabu Guest House Di Kota Malang)*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(2).
- Soliha, E., Rizal, A., Maskur, A., Mawarni, N. B., & Rochmani, R. (2019). Service quality, bank image, and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 2667–2671.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN , KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 7(2), 157–174.