



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KEPUASAN DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA KEDAI  
AYAM KREMES MAS BOY JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar sarjana ekonomi

Oleh :

Diah Hestin  
NIM. 14.10.411.230

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
MEI, 2018**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diah Hestin

NIM : 1410411230

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KEPUASAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA KEDAI AYAM KREMES MAS BOY JEMBER** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isisnya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta Saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Mei 2018

Yang menyatakan,

Materai 6000

Diah Hestin

NIM. 14.10.411.230

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KEPUASAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA KEDAI AYAM KREMES  
MAS BOY JEMBER



Oleh:

Diah Hestin  
NIM. 14.10.411.230

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely Azhad. MSi

Dosen Pembimbing Pendamping : Budi Santoso. SE., MM., MAk

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KEPUASAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA KEDAI AYAM KREMES MAS BOY JEMBER, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 14 Mei 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

**Seno Sumowo, SE., MSi**

**NPK 01 09 288**

Anggota I,

Anggota II,

**Drs. M.Naely Azhad,MSi**

**NIP 19661 231 1990 03 1006**

**Budi Santoso. SE., MM., MAk**

**NPK 07 09 107**

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

**Dr. Arik Susbiyani, M.Si.**

**NPK.01 09 289**

**Drs. Anwar, M.Sc.**

**NPK. 85 03 125**

## MOTTO

﴿١٢٩﴾. فَإِن تَوَلَّوْا فَعَلْحَسِبِ اللَّهَالِإِهَالِإَهُوَ عَلَيْهِتَوَكَّلْتُوهُوَ رَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ“

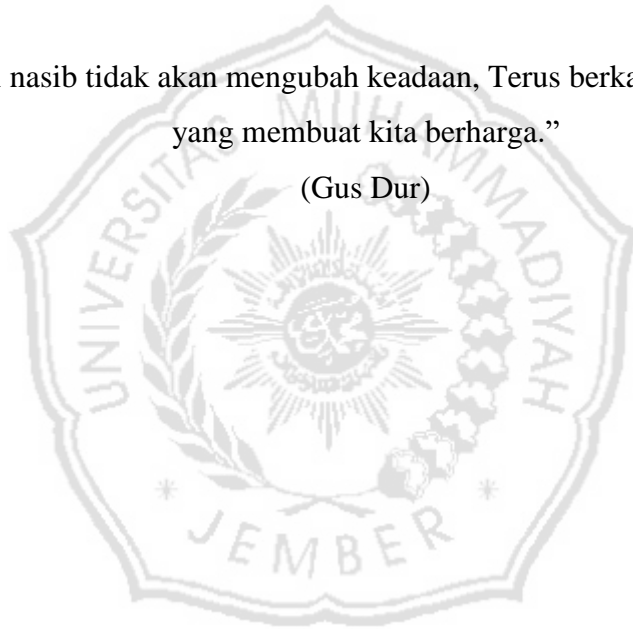
(QS. At-Taubah: 129)

“Ilmu itu lebih baik daripada harta. ilmu menjaga engkau engkau menjaga harta ilmu itu penghukum (hakim) dan harta terhukum. Harta itu kurang apabila di belanjakan tapi ilmu bertambah bila di belanjakan ”

(Saidina Ali Bin Abi Talib)

“Menyesali nasib tidak akan mengubah keadaan, Terus berkarya dan berkejalalah yang membuat kita berharga.”

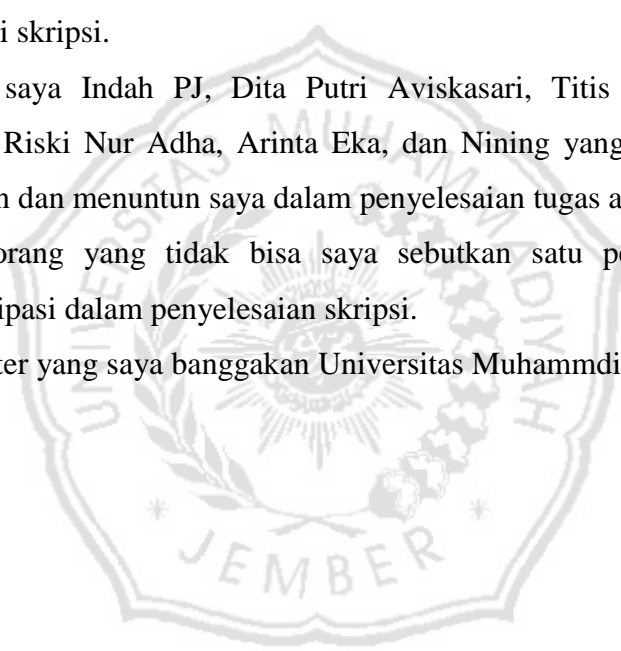
(Gus Dur)



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
2. Kedua orang tua tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
3. Teman-teman manajemen angkatan 2013 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi.
4. Sahabat saya Indah PJ, Dita Putri Aviskasari, Titis Kasih, Sri Endang Wiranti, Riski Nur Adha, Arinta Eka, dan Nining yang selalu memberikan dukungan dan menuntun saya dalam penyelesaian tugas akhir ini.
5. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi.
6. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.



## ABSTRAK

Tinggimya Persaingan di dunia usaha khususnya kuliner menuntut pelaku usaha untuk melakukan pemasaran. Salah satu fenomena dalam dunia pemasaran yaitu *Word Of Mouth* dimana pemasaran ini dianggap dapat memberikan kepercayaan pada konsumen baru ketika mendapatkan rekomendasi dari konsumen yang telah mengkonsumsi. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *Experiential Marketing*, Kepuasan, dan Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap *Word Of Mouth* konsumen Kedai Ayam Kremes Mas Boy Jember. populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kedai Ayam Kremes Mas Boy Jember dengan Jumlah Responden 90 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 4 variabel. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda.1) hasil pengujian koefisien dan analisis regresi linier berganda, menunjukkan *Experiential Marketing*, Kepuasan, dan Kualitas produk secara parsial dengan arah positif terhadap *Word Of Mouth* pada kedai Ayam Kremes Mas Boy jember. 2) menunjukkan *Experiential Marketing*, Kepuasan, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *Word of Mouth* pada Kedai Ayam Kremes Mas Boy.

**Kata Kunci :** *Experiential Marketing*, Kepuasan, Kualitas Produk dan *Word Of Mouth*

## **ABSTRACT**

*The height of competition in the business world to do business. One of the phenomena in the world. Oral Mouth. With this you can provide different information about consumers who have consumed. This study aims to study Experiential Marketing, Satisfaction, and Products for Partial to Word Of Mouth consumer of Kedai Ayam Kremes Mas Boy Jember . the population in this study is the customer Kedai Ayam Kremes Mas Boy Jember with Number of Respondents 90 people. Variables used are as many as 4 variables. Analyzer used in this research is Multiple Linear Regression Analysis. 1) The results of the coefficient test and multiple regression analysis, show the Experiential Marketing, Satisfaction, and Product Quality partially with positive direction towards Word Of Mouth at Kremes Mas Boy jember. 2) Express Experiential Marketing, Satisfaction, and Product Quality Significantly with a positive direction toward Word of Mouth at Kedai Ayam Kremes Mas Boy.*

**Keywords:** *Experiential Marketing, Satisfaction, Product Quality and Word Of Mouth*





## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Experiential Marketing*, Kepuasan, dan Kualitas Produk Terhadap *Word Of Mouth* Kedai Ayam Kremes Mas Boy Jember”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Bapak Drs. Anwar, M.Sc. selaku Ketua Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Bapak Seno Sumowo, SE., MSi selaku dosen penguji yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan memotivasi penulis selama pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Budi Santoso, SE, MM., Mak selaku dosen wali yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam membimbing penulisan skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas muhammadiyah Jember atas tambahan pengetahuan dan pembelajaran hidup yang penulis dapatkan selama kegiatan perkuliahan.

7. Segenap karyawan perpustakaan Universitas Muhammadiyah Jember yang membantu dalam mencari referensi yang diperlukan penulis.
8. Responden yang telah meluangkan waktu untuk menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan penulis.
9. Terima kasih kepada kedua orang tua ku Sulasmi Ning Tyas dan I Wayan Gunawan yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih untuk Wildani, Viky, dan Kikik yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih Mas Candra yang selalu memberikan semangat, dukungan dan menemani mengerjakan skripsi ini mulai dari awal sampai selesai.
12. Terima kasih untuk teman-teman Alayers yang telah memberi support
13. Terimakasih teman-teman semuanya yang telah banyak memberi dukungan.
14. Pihak-pihak lain yang sudah banyak membantu penulis selama proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Atas amal baik yang telah diberikan kepada penulis semoga Allah SWT memebrikan balasn sesuai dan semoga rahmat serta hidayahnya di berikan kepada kita semua. Semoga skripsi ini dapat memebrikan banyak manfaat bagi semua yang memerlukannya.

Jember, Mei 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB 2 .....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	10
2.1.2 Konsep Pemasarn .....	11
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i> .....	12
2.1.3.1 Manfaat <i>Word Of Mouth</i> .....	13
2.1.3.2 Dimensi <i>Word Of Mouth</i> .....	14
2.1.4 <i>Experiential Marketing</i> .....	14
2.1.4.1 Karakterisik <i>Experiential Marketing</i> .....	15
2.1.4.2 Dimensi <i>Experiential Marketing</i> .....	17
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.5.1 Dimensi kepuasan konsumen .....	18
2.1.5.2 Manfaat Kepuasan.....	18
2.1.6 Kualitas produk.....	19

2.1.6.1 Dimensi kualitas produk.....	21
2.1.6.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	22
2.2 Kerangka konseptual .....	26
2.3 Hipotesis Penelitian .....	26
2.3.1. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	26
2.3.2. Pengaruh Kepuasan konsumen Terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	27
2.3.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	27
<b>BAB 3</b> .....	<b>59</b>
<b>METODELOGI PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian .....	29
3.1.1 Variabel Independent (X).....	29
3.1.2 Variabel Dependent (Y).....	29
3.2 Operasional Variabel .....	30
3.2.1 <i>Word Of Mouth</i> (Y).....	30
3.2.2 <i>Experiential Marketing</i> (X <sub>1</sub> ).....	30
3.2.3 Kepuasan (X <sub>2</sub> ).....	31
3.2.4 Kualitas Produk (X <sub>3</sub> ).....	31
3.3 Desain Penelitian .....	31
3.4 Jenis Data .....	32
3.5 Metode Pengambilan Sempel.....	32
3.5.1 Populasi.....	32
3.5.2 Sampel.....	33
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.7 Skala Pengukuran .....	35
3.8 Teknik Analisis Data .....	36
3.8.1 Analisis Data Kuantitatif .....	36
3.9 Uji Instrumen data .....	36
3.9.1 Uji Validitas .....	36
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	37
3.10 Analisis Regresi Berganda .....	38

3.11 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.11.1 Uji Normalitas.....	39
3.11.2 Uji Multikolinieritas.....	40
3.11.3 Uji Heteroskedastisitas .....	41
3.12 Uji Hipotesis.....	42
3.12.1 Uji t (Parsial).....	42
3.12.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	43
<b>BAB 4 .....</b>	<b>44</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum .....	44
4.1.1 Sejarah Usaha Kuliner Ayam Kremes Mas Boy Jember .....	44
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	44
4.1.3 Struktur Organisasni.....	45
4.1.4 Tenaga Kerja .....	48
4.1.5 Jam Kerja.....	48
4.1.6 Aspek Pemasaran.....	48
4.1.7 Teknik Analisi Data .....	49
4.1.7.1 Deskriptif Sttistik Responden .....	49
4.1.7.1 Deskriptif Variabel Penelitian .....	50
4.2 Analisis Data .....	58
4.2.1 Penguji Intrumen Data .....	59
4.2.1.1. Pengujian Validitas Data.....	59
4.2.1.2 Pengujian Realibilitas Data.....	61
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.2.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	64
4.2.3.1 Pengujian Normalitas.....	64
4.2.3.2 Uji Multikolineritas .....	66
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	67
4.2.4. Pengujian Hipotesis.....	69
4.2.4.1 Uji t persial.....	69

4.2.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71
4.3 Pembahasan .....	72
4.3.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	72
4.3.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	73
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	74
<b>BAB 5</b> .....	75
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	78

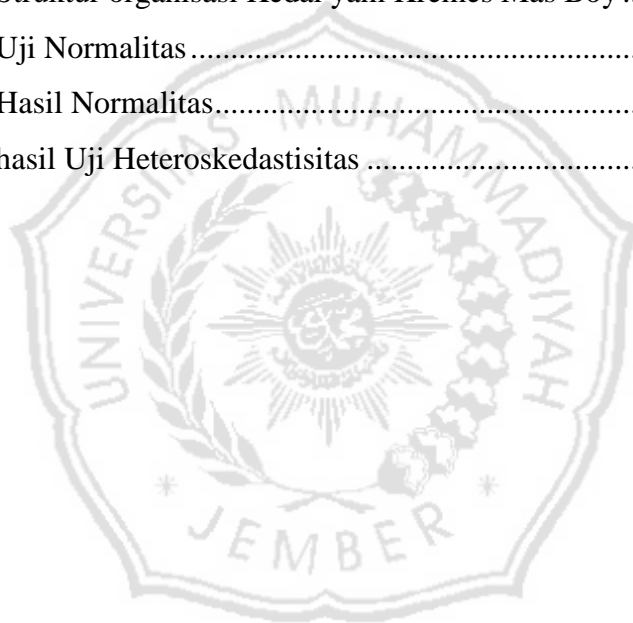


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil pra penelitian konsumen Kuliner olahan ayam	6
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Ayam kremes Mas Boy Jember	7
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 : Tenaga Kerja yang ada di Kedai ayam Kremes Mas Boy	48
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3 Responden Menurut Umur	49
Tabel 4.4 Responden Menurut Pembelian Lebih Dari 3 Kali	50
Tabel 4.5 : Frekuensi pernyataan responden atas <i>Experiential Marketing</i>	51
Tabel 4.6 Frekuensi Pertanyaan Responden Atas indikator Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Atas indikator Kualitas Produk	55
Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Responden Atas Indikator <i>Word Of Mouth</i>	57
Tabel 4.9 : hasil pengujian validitas	60
Tabel 4.10 Hasil pengujian Realibilitas	61
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Analisis Linier Berganda	62
Tabel 4.12 tabel Kolmogorov smirnov	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser	69
Tabel 4.14 : Hasil Uji t	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	26
Gambar 4.1 Struktur organisasi Kedai yam Kremes Mas Boy .....	46
Gambar 4.2 Uji Normalitas .....	64
Gambar 4.3 Hasil Normalitas .....	65
Gambar 4.4 hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68





## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisiонер

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Mentah

Lampiran 3 Hasil Frekuensi

Lampiran 4 Uji instrument Data

Lampiran 5 Regresi Linier Berganda

Lampiran 6 t Tabel dan r Tabel

Lampiran 7 Riset Penelitian Terdahulu



## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2010. **Marketing dari Mulut kemulut *Word of mouth marketing***.  
Yogyakarta : Media presindo
- Anam. (2014). **Analisis pengaruh kepuasan , kualitas dan *experiential marketing* terhadap *word of mouth* situs jejering sosil twitter pada mahasiswa FEB universitas brawijaya**. jurnal.universitas Brawijaya.Vol.1 No.1 2014
- Andreani, Fransisca. 2007. ***Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)***. Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume 2 No 1. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Arikunto. (2010). ***Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktek***. Jakarta : Rineka cipta
- Aritonang, Lerbin. R. 2005. **Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS**. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Arief . 2007. **Pemasaran dan kualitas pelayanan**. Malang : Bayumedia publishing.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. ***Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel***.Jakarta: Media Kita.
- Assauri,Sofjan.2009.**ManajemenPemasaran Konsep Dasar dan Strategi**,edisi pertama.Jakarta:Rajagrafindo.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2008. **Manajemen Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Liberty.
- Djaali, 2008. ***Skala likert***. Jakarta: PustakaUtama
- Durianto, D. 2004. **Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam, 2011. ***Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19***. (edisi kelima.) Semarang: Universitas Diponegoro.

Gwinner, Kevin P., Dwayne D. Gremler, dan Mary Jo Bitner. 1998. **Relational Benefits in Service Industries : The Customer's Perspective**. Journal Academic Marketing Science, Vol. 26. pp. 101-114.

Hair, J.F. JR., R.E, Tatham, R.L. & Black, W.C. (2006). *Multivariate Data Analysis 6<sup>th</sup>*. Ed New Jersey : Education

Hermawan Kartajaya. 2004. **Positioning, Diferensiasi, dan Brand**. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. **Manajemen Pemasaran**. Bandung: CV Yrama Widya

Hamzah, Amir. 2007. "Analisis *Experiential Marketing, Emotional Branding & Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Merek Mentari*". *Manajemen Usahawan Indonesia* No.6 Th 36 h.22-28

Husein Umar, 2005, "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis", Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Husein, Umar. 2008. **Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada

Irawati, 2008, **Pengaruh *Experiential Marketing Terhadap Perilaku Word Of Mouth* Konsumen Macintosh**. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Indonesia.

Kotler, Philip. 2001. **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol**. Jakarta : PT. Prehallindo

Kotler dan Keller, 2007. **Manajemen Pemasaran**, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta : PT. Indeks,

\_\_\_\_\_. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1.  
Jakarta : Erlangga,
- Kotler, P and G. Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey : Pearson Education Limited.
- Kotler, Amstrong. 2001. **Prinsip-prinsip pemasaran**, Edisi keduabelas, Jilid 1.  
Jakarta: Erlangga
- Loudon, D. L. dan Bitta, A. J. D., (1993). **Consumer behavior, Concepts and Applications. Fouth edition**. Singapore: McGraw-Hill
- Mismiwati (2016). **Pengaruh Kepuasan , Kualitas, Dan Experiential Marketing terhadap Word of mouth pada percetakan sabilul haq**. Jurnal I-Economic Vol.2.No.1 juni 2016
- Mulyana.2002.”**Kepuasan Pelanggan Sebagai Keunggulan Daya Saing**”.Jurnal Ekonomi dan Bisnis.Vol 3(2) h.95-103.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pande,Putu. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Mahasiswa Lembaga Pelatihan Pariwisata Bali*. Tesis.  
Universitas Udayana Denpasar
- Prayitno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik dengan SPSS*.  
Yogyakarta:MediaKom,
- Priharmoko, Patria.2003. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Word Of Mouth Konsumen (Studi pada Pelanggan Kartu Halo Telkomsel)**.  
Universitas Indonesia
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_.2008. **Manajemen Pemasaran Jasa**.  
Jakarta,Salemba Empat
- Rahmawati dan Bagus suminar (2014). **Penegruh kepuasan dan loyalitas pelanggan, terhadap Word Of Mouth terhadap pelanggan honda motor di surabaya**. Journal of Business and Banking Vol 4, No.1 Mei 2014, pages 15 – 30
- Schmitt, Bernd, 1999, *Experiential Marketing*. The Free Press New York

- Setiadi, Nugroho J. 2010. **Perilaku Konsumen**. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana
- Smilansky, Shaz. 2009. *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. Universitas Indiana: Kogan Page
- Singarimbun, Masri, dan Sofian, Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan Kedelapanbelas, Edisi Revisi, Penerbit PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta
- Sarwano, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono, Prof, Dr, 2006. **Metode Penelitian Pendidikan ( Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)**. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugyono.2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- \_\_\_\_\_.2012. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Bandung:Alfabeta
- \_\_\_\_\_.2014.**Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D**.Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2005. *Ekonometrika*. Bogor Ghalia Indonesia
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa.Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi
- \_\_\_\_\_, 2007. *Pemasaran Jasa.Malang* : Bayu Media.
- \_\_\_\_\_. 2008.*Strategi Pemasaran*. Edisi tiga, Jakarta : Andi. Alma, B 2007. Kewirausahaan. Bandung: Alfa beta.
- Tjiptono, Fandy,2011., *Pemasaran Jasa, Bayumedia*, Malang.
- Wilkie, William L. 1994. Customer Behavior (Third Edition). New York. Jhon Wiley & Sons, Inc, s
- Majalah ide bisnis/edisi 33/februari 2102