

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Dinnul Alfian. (2017). *PENGUJIAN RELEVANSI EXPERIENTIAL MARKETING DAN LOYALITAS KONSUMEN* (Indonesia). Vol.3. No 1. Juni 2017.
- Amalia, D. D. (2019). *PENGARUH SENSE, FEEL, THINK, ACT, RELATE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PAPER CUP COFFEE SURABAYA*.
- Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*. 5(1), 11.
- Burhanudin, AY, V. E. (2018). *Pengaruh brand image, harga dan produk terhadap loyalitas pelanggan martabak brengos (d'Mrongos) solo* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik (UNIBA)). vol 7 no 2.
- Christianingrum, C. (2016). *PENGARUH IMPLEMENTASI EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS MEMBER SALON HUMAIRA*. *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 16(1), 42. <https://doi.org/10.17509/strategic.v16i1.4470>
- Dj, Y. R., & Manajemen, P. (2017). *ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDY KASUS DI CV. LAMONGAN SPORTS CENTER)*. 3, 8.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Ed. 9* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2018; 9 ed.).
- Griffin. (2012). *A first look at communication theory* (New York: McGraw-Hill Companies).
- Hurriyati Ratih. (2019). *Pembentukan Loyalitas Pelanggan: Intensi Hubungan dan Kualitas Hubungan* (Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Jawa Barat). 7, 116–122.
- Indrasari Meithiana. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN* (Jl. Semolowaru No 84, Surabaya 60283 Jawa Timur, Indonesia). Universitas Dr. Soetomo Surabaya.
- Kartajaya, H. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari tradisional ke Digital* (Gramedia Pustaka Utama).
- Kotler Philip, K. lane K. (2012). *Marketing Management—14/E* (14 ed.).
- Mahtardani, A. (2018). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG PENGUNJUNG OBJEK WISATA JEMBANGAN* (STIE Putra Bangsa).
- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2017). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN*. 9.

Mukarromah, S., Maro'ah, S., & Mochklas, M. (2018). *IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN TOKO BAJU SENAM GROSIR.COM*. 15(2), 18.

Saraswati, R., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2017). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS*. 9.

Smith, K. (2016). *Experiential Marketing*. 227.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta).

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)* (Yogyakarta).

