

DAFTAR PUSTAKA

- Cilesti I.M, Nifita A.T. 2018. "Pengaruh *Experience Marketing* terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan". *Jurnal Digest Marketing*. Vol.3.
- Ferdinand, Agusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Univeritas Diponegoro.Semarang.
- Gentile, C. Spiller, N. Noci, G. (2007): How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value with the Customer, in: *European Management Journal*, 25, 5, pp. 395–410.
- Ghozali, Imam. 2013, *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hutami, N. D., Priyatama, A. N., & Satwika, P. A. (2020). Kepuasan konsumen dan intensi pembelian ulang produk kue artis pada mahasiswa. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 25(1), 73–84. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss1.art6>
- Hellier, Kotler, P., Geursen, G.M., Carr, R.A., & Rickard, J.A. 2003. Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37 (11), pp: 1762-1800.
- Hendrasono, G., & Sugiharto, S. (2013). *Analisa Pengaruh experiential marketing* Kartajaya, H. (2004), *Marketing In Venus*, Jakarta: PT. Gramedia Kartajaya, Hermawan. 2010. *Brand operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Idelle, Almira Yusrina. (2012). Analisis Pengaruh Harga dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Danapaint Jakarta (Studi Kasus di Mitra 10 Jakarta).
- Kennedy. (2013). *Does patient satisfaction affect patient loyalty? International Journal of Health Care Quality Assurance. Vol.24 No.4*
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12). PT Indeks.
- Lokito, S.A. & Dharmayanti, D. (2013), Analisis Pengaruh Experience Marketing dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Surabaya, *Jurnal Strategi Pemasaran Publication Petra.ac.id*, Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Marge Hume and Gillian Sullivan Mort. 2010. "The consequence of appraisal emotion, service quality, perceived value and customer satisfaction or repurchase intent in the performing art." *Journal of Service marketing Vol 24. No 2. Pp170-182*.
Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.
Niat Beli Ulang Konsumen Pada PT. Karsa Utama Lestari. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*, 1(1), 55-72.
- Mowen & Minor. 2013. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi kelima*. (Alih Bahasa Yoga). Jakarta.
- Muharam, Rahmawati. dkk. (2018). *Pengaruh experience marketing Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rachmawati, R. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (marketing Mix) terhadap*
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., M.Iswahyudi, Banjarnahor, A. R., . . . Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*: Yayasan

- Kita Menulis. Nuridin, (2018)
- Suryawan Lokito dan Dharmayanti. 2013. Analisa Hubungan Antara Experiential Marketing, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Cafe Nona Manis Grand City Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 1. No.2
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan Niatbeli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22
- Schmitt, Bernd H. "Experiential Marketing: how to get your customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brand". *The Free Press*, 1999.
- Setyono, D.; Widyanata, Ong Yinyin.; Siaputra, Hanjaya.; & Jokom, Regina. (2017), Analisa Pengaruh Experience Marketing terhadap NiatBeli Ulang Konsumen Konig Coffee & Bar, (Online), *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 5, No. 1, Manajemen Perhotelan, Universitas Petra Surabaya.
- Subawa, Nyoman Sri, dkk. (2020). *The effect of experience marketing, social media marketing, and brand trust on repurchase intention in Ovo applications*. *International Research Journal of Management, IT and Social sciences*, 7(3), 11-21.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi* (edisi 8). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (1st ed.). CV Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). *pemasaran strategik* (1st ed.). Andi Offset.
- Wibowo, S. E. dkk. (2013). *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi*, 4, 56–64.
- Widyanata, O. Y. dkk . (2017). *Analisa Pengaruh experience marketing Terhadap NiatBeli Ulang Konsumen*. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(1), 1689–1699. *experiential Value, How Does It Impact on Consumer Repurchase Intentions*. *Journal Research In Management and Accounting*, 3(1), 34-42.