

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisi & Gaikindo. (2013). Sepuluh Tahun, 61 Juta Kendaraan Ekspansi ke Indonesia.  
<http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/otomotif/2013/05/03/474/Sepuluh-Tahun-61-Juta-Kendaraan-Ekspansi-ke-Indonesia>.
- Amir, & Hamzah. (2007). Analisis Experiential Marketing, emotional Branding, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Merek Mentari. *Manajemen Usahawan Indonesia (MUI)*, Hal. 22-28.
- Badan Pusat Statistik. (2013). Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis tahun 1987-2013.  
<https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1413>.
- Batalgi, B. H. (2011). *Econometrics, Fifth Edition*. New York: Department of Economics.
- Castro, Armario, & Ruiz. (2004). The Influence of Employee Organizational Citizenship Behavior on Customer Loyalty. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 15, pg. 27.  
(<http://proquest.umi.com/login>).
- Christian, A. & Dharmayanti, D. . (2013). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer satisfaction dan Customer loyalty Keputusan Pembelian Konsumen The Light Cup di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No.2, Pages 1-13.
- Cooper & Schindler. (2011). *Bussiness Research Methods*. New York: McGraw-Hill Companies inc.
- 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*, Vol 28. No 1.
- Ferdinand. (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56.

- Gentile, Chiara, Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Cocreate Value with the Customer. *European Management Journal*, 24 No.5.
- Griffin, & Jill. (2005). *Cusomer, Edisi Revisi*. Jakarta: Erlangga.
- Hadiwidjaja, S. R., & Dharmayanti, D. (2012). Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 2. No 2.
- Handal, & S, N. (2010). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas. *urnal Manajemen Universitas Diponegoro*.
- Ika, N., & Kustini. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, And Brand Trust And Their Effect On Loyalty On Hondamotorcycle Product . *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, Volume 14, No. 1, pages 19 – 28.
- Kartajaya, H., Yuswohady, Madyani, D., & Indiro, B. D. (2004). *Marketing On Venus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, & Rhenaldi. (2001). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentation, Targeting and Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & G. Armstrong. (2012). *Principles of Marketing (14th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & K. L. Keller. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlanggan.
- Kustini. (2007). Penerapan Experiential Marketing. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7, No. 2.
- Kusumawati, A. (2011)). Analisis Pengaruh experiential marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol 3. No 1.
- Margaretha, & Mouren. (2004). Studi mengenai loyalitas pelanggan pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 3, No.3, hal. 289-308.
- Marknesis, & Tim. (2009). Customer Satisfaction and Beyond. *Yogyakarta: Marknesis*.

- McCarthy, E. J., & J. W. Perreault. (1988). *Basic Marketing (9th ed.)*. Singapore: Irwin Toppan.
- MPM, M. (2016). Fitur Honda Home Service dan Booking Service Kini Hadir di OHC Mobile App. *Forum Pembaca MPM Motor*, <http://www.mpm-motor.co.id/fitur-honda-home-service-dan-booking-service-kini-hadir-di-ohc-mobile-app/>.
- Muhidin, Sambas Ali dan Abdurahman, Maman. (2007). *Analisa Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung : Pustaka Setia.
- Musanto, & Trisno. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan dan Loyalitas :Studi Kasus pada CV Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol.6, No. 2.
- Otomotifnet. (2016). Nih Data Distribusi AISI Semua Merek Motor Maret 2016, Honda Kuasai 78,1 %. <http://otomotifnet.com/Motor/Bisnis/Nih-Data-Distribusi-Aisi-Semua-Merek-Motor-Maret-2016-Honda-Kuasai-781>.
- Öztürk, R. (2015). Exploring the relationship between Experiential Marketing, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Empirical Examination in Konya. *Internasion Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering*, Vol.9 No.8.
- Pelayanan Pelanggan Sepeda Motor? Honda Paling Baik. (2013). *Forum Pembaca Astra Honda*, <http://www.astra-honda.com/pelayanan-pelanggan-sepeda-motor-honda-paling-baik/>.
- Purwanto, W. (2016). Dealer Honda Big Wing Surabaya Bisa Jadi Base Camp Komnitas Motor Gede, Termasuk komunitas Lain. *Forum pembaca Tibun News Surabaya*, <http://surabaya.tribunnews.com/2016/07/16/dealer-honda-big-wing-surabaya-bisa-jadi-base-camp-komunitas-motor-gede-termasuk-komunitas-lain>.
- Rahmawati. ( 2003). Pengaruh "Sense" dan "Feel" dari Experiential Marketing pada Soto Gebrak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 109 – 121.
- Reichheld, F. F., & Sasser, W. (1990). Zero Defections: Quality Comes to Service. *Harvard Business Review*, 105-117.
- Saraswati, R., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2011). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Taman Indie Resto Malang).

- Soeling, & Pantius, D. (2007). Pertumbuhan Bisnis dan Tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, Vol. 15, No 1.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi, Cetakan Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Surianto, Nurul, Aisyah, & Agung. (2009). Pengaruh Penerapan Experiential Marketing Strategik Terhadap Kepuasan. *Jurnal Logos*, Vol. 6, No. 2.
- Suyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Tjiptono, & Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogjakarta: PT. ANDI Offset.
- Wood, M. B. (2009). *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran, Edisi ketiga*. Jakarta: Indeks.
- Yurdasila, F. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Beadtalk Mall Kelapa Gading. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, Vol. 04, No. 02.
- Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2012). The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, Vol 4. No 2.