

## DAFTAR PUSTAKA

- Belch, George E. & Belch, Michael A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (6<sup>th</sup> ed.)*. New York: The McGraw-Hill Irwin.
- Bovee, Courtland L. & John V. Thill. (2003). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Durianto, D. & C. Liana (2004). *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Taufik, 2007. "Ciptakan Great Experience", *Swa Sembada*, No. 15/XXIII 12-25 Juli.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Edisi Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kertajaya, Hermawan, 2007. "Ciptakan Great Experience", *Swa Sembada*, No. 15/XXIII 12-25 Juli.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2003). *Marketing for Hospitality & Tourism (3<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Gary A. (2003). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller, 2006. “*Marketing Insight: Experiential Marketing*”, Marketing Management, 12th edition, Pearson Education, Inc., New Jersey.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, Monle & Carla Johnson. (2007). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2007). *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Langkah Baru Jaya Mandiri.
- Mowen, John. C. (2002). *Perilaku Konsumen. Jilid 1. Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir. (1999). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Palupi, Dyah Hasto & Teguh Sri Pambudi. (2006). *Advertising That Sells*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pine H, B. Joseph & James H. Gilmore, 1999. *The Experience Economy Work is Theatre and Every Business a Stage*, Boston: Harvard Business School Press.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Metode Penelitian Public Relation dan komunikasi*, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Ries, Al & Laura Ries, 2003. *The Fall of Advertising & The Rise of PR, Customer Terjemahan*, Jakarta : Pustaka Utama.

Rossiter, John R., Percy, Larry. (1996). *Advertising and Promotion Management*. United State of America: John Wiley & Sons.

Sanders, Donald H., and Smidt, Robert K. (2000). *Statistics, 6th edition*. McGraw-Hill, Inc.

Smith, Shaun & Joe Wheeler, 2002. *Managing Customer Experience: Turning Customer into Advocates*, Great Britain: Prentice Hall.

Scmitt, Bernd H., 1999. "Experiential Marketing", [http://pioneer.netserv.chula.th/~ckieatvi/Fathom\\_Exp\\_Marketing.html](http://pioneer.netserv.chula.th/~ckieatvi/Fathom_Exp_Marketing.html).

Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Alih Bahasa: Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari), Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Penerbit : ALFABETA.

Tjiptono, Fandy, Candra, Yanto, dan Diana, Anastasia. (2005). *Marketing Scale*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Umar, Hussein. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Winarko, Bayu E., 2003. *Experiential Marketing Ala Starbucks*, *Republika*, 27 November.

**Sumber lain:**

**<http://hanamasa.com>**

**<http://indonesiaretail.com/2010/04/22/7-11-indonesia-bergerak-dalam-diam/>**