

**DAFTAR PUSTAKA**

- Algifari, 2003. "Statiska Induktif Untuk Ekonomi dan Bisnis". Jakarta : UPP AMPYKPN
- Andreani, Fransisca. 2007. "Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, h. 1-8
- Anwar, Tezza Adriansyah. (2010). Pengaruh *Experiential Marketing* Universitas Widyatama Terhadap Loyalitas Mahasiswa. *The 4<sup>th</sup> PPM National Conference on Management Research* Jakarta, 25 November 2010. Hal 1-15.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Astuti, Sri Rahayu Tri dan Putri, Yuwandha Anggia. (2010). Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel "X" Semarang. *Aset*, Februari 2010, hal 191-199 Vol.12 No.2. ISSN 1693-928X.
- Cooper, D.R & P.S. Schindler. 2001. *Business Research Methods, 7th Edition*, McGraw-Hill Companies, Inc., New York.
- Edris, Mochamad. (2009). Pemasaran Toyota Kijang Innova Melalui Pendekatan *Experiential Marketing*. ISSN : 1979-6889
- Guilford, I.P., and B. Fucter. 1973. *Fundamental Statistics in Psychology and Education, 5<sup>th</sup> edition*. McGraw-Hill, Kogakusha, Ltd: Tokyo
- Hair *et all.*, (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifty Edition*, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.
- Hamzah, Amir. 2007. Analisis *Experiential Marketing, Emotion Branding, dan Brand Trust* terhadap Loyalitas Merek Mentari. *Jurnal Usahawan*, hal 22-28.
- Hasan, Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Statistik 1*, edisi kedua, Jakarta: Bumi Aksara.
- 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).

- Jogiyanto, H.M, (2010). Metode Penelitian bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman, Yogyakarta : BPFPE.
- Kartajaya, Hermawan. (2006). Hermawan Kartajaya *On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan.
- Kasali, Rhenald, Membidik Pasar Indonesia: *Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 51.
- Kartajaya, Hermawan. (2005). Positioning Diferensiasi Brand: Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning-Diferensiasi-Brand, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Kartajaya, Hermawan. (2005). *Marketing in Venus*. Jakarta: Mark Plus & Co.
- Komalasari, Fitri. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian produk Handphone NokiaEseries.
- Kotler, Philip. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta Prenhalindo.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler,Philip dan Amstrong. 1997. Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi ketiga. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Margaretha, Mouren. 2004. “Studi mengenai loyalitas pelanggan pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra”. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia,Vol. iii, No. 3, halaman 289-308
- Maulana, Renzo Haris, Yulasmi, dan Zefriyenni. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pondok Ikan Bakar Aru-Lubeg Cabang Khatib Sulaiman Padang.
- Nazir. (1998). Strategi Periklanan Pada *Ecommerce* Perusahaan Top Dunia, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Nehemia, H.S. (2011). Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Waroeng Spesial Sambal cab. Sompok Semarang).

- Novia, Vivi. (2012). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Customer Loyalty Pada pelanggan Restoran Koki Sunda Di Pekanbaru. Jurnal Manajemen Universitas Riau 2012.
- Nurhidayat. (2013). Pengaruh *Experiential Marketing Purchasing* Pada Loyalitas Pelanggan (survei Pada Pengunjung Taman Wisata Kyai Langgeng).
- Rachmawati, Rina. (2011). Peranan bauran pemasaran (*marketing Mix*) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). Jurnal Kompetensi Teknik Vol.2 No 2, Mei 2011. Hal 143-150.
- Rahmawati. (2003). Pengaruh *Sense* dan *Feel* dari *Experiential Marketing* Pada Konsumen Soto Gebrak. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 3 No 2 Agustus, hal 109-121.
- Rini, Endang Sulistya. 2009. Menciptakan Pengalaman Konsumen dengan *Experiential Marketing*. 02. 15-20.
- Rini, Endang. 2009. "Menciptakan Pengalaman Konsumen dengan *Experiential Marketing*." Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 2, No. 1, h. 15-20.
- Sari, Mareta Kemala. (2012). Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas konsumen Kartu Pra Bayar Simpati Telkomsel. *Economica*, Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat Vol. 1 No.1, Oktober 2012.
- Sari, Maulina Mayang. (2013). Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Waroeng Steak & Shake Cabang Tuanku Tambusai Pekanbaru.
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Method for Business A Skill-Building Approach*, 4th ed., New York : John wiley and Sons, inc
- Selang, Christian A.D. (2013). Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013. Hal 71-80.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*, edisi enam. Bandung : Alfabet
- Suliyanto, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

- Sunjoyo et al. (2013). Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0). Bandung: Alfabeta 2013.
- Suputra, I Gusti Nyoman Kaler dan Farhansyah, Teuku. (2011). Analisis Keouasan yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasca Bayar Telkomsel (Kartu Hallo) pada Gerai Haloo di Tabanan.
- Utomo, Happy Ferdian Syah. (2013). Tips Memulai Bisnis Kuliner. Kabar 24, 20 Juni 2013 | 12:19 WIB diakses dari <http://www.bisnis-jabar.cpm/index.php/berita/tips-memulai-bisnis-kuliner> pada tanggal 2 September 2013
- Wibowo, Lili Adi. (2011). *Experiential Marketing* Pengaruhnya Terhadap *Branded Customer Experience* dan Loyalitas Pelanggan Restoran dan Cafe Serta Dampaknya Pada Citra Bandung Sebagai Destinasi Pariwisata Indonesia.
- Wiraspati, Ranga. (2013). Pertumbuhan Kelas Menengah Atas Indonesia Meluas ke Daerah. SWA, 6 Maret 2013 diakses dari <http://swa.co.id/business-research/bcg-pertumbuhan-kelas-menengah-atas-indonesia-meluas-ke-daerah> pada tanggal 2 September 2013.
- Yulianto, Ade. 2010. “Dampak *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Resort Kampoeng Legok Lembang”. Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia