

## DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, F. (2007). *Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Arista, Elisabeth. (2011). *Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Telkom Speedy di Kota Semarang*. Skripsi Program Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang (tidak dipublikasikan).
- Berman, B., dan Evan, J.R. (1995). *Management: A Strategic Approach*. 6<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Bilson Simamora. (2003) *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. ramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Bilson Simamora, 2003, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen* , Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian KUantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Edisi kedua. Prenada Media Grup. Jakarta.
- Dewi, Ni Luh Gede dan Jatra, Made. 2013. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana Bali*.
- Dharmawansyah, I. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. (Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu)*. Skripsi, Program Sarjana Universitas Negeri Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Hendarsono, Gerson dan Sugiharto, Sugiono. 2013. *Analisis Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*, Vol.1 No.2 hal 1-8. diakses tanggal 2 Oktober 2013.

- Hermawan Kartajaya. 2002. *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hermawan Kartajaya. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/6611/Produksi-Kopi-Nusantara-Ketiga-Terbesar-Di-Dunia>
- Indriantoro, N., dan Supomo. (2011). *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE Anggota IKAPI. Yogyakarta.
- Irawan, Allin. 2010. *Pengaruh Iklan, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua*. Skripsi, Program Sarjana Universitas Kristen Maranatha. Bandung
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba. Jakarta
- Kotler, P., dan Armstrong, J. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan. PT Index Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. & Kevin, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid Satu, Penerbit PT Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi keempat. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Kustini. (2007). Penerapan Experiential Marketing. *Jurnal Riset Ekonomi Bisnis*.
- Oeyono, J.T., dan Dharmayanti, D. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Intervening Variabel Di Tator Café Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Purwati, Setiawan, H., dan Rohmawati. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*.

- Rahmadhany, Suci. (2011). *Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Pepsodent Mouthwash)*. Skripsi, Program Sarjana Universitas Indonesia. Depok.
- Schiffman, L. & Kanuk, L.L. (2004). *Consumer Behaviour*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Schmitt, B. (2009). *Experiential Marketing: How to Get Your Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brand*. The Free Press. New York.
- Simamora, Bilson. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Suharsaputera, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Suharso, P. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. PT Indeks. Jakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, D. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Swastha, B.D.H. (1997). *Azas-azas Marketing*. Edisi ketiga. Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, B.D.H., dan Irawan. (2004). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Trisnawati, E., Suroso, A., dan Kumorohadi, U. (2012). Analisis Faktor-faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara *Online* (Studi Kasus Pada Konsumen Fesh Shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*.
- Valentino, A.T., dan Sugiono, S. (2014). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Konsumen The Vinnette (House Of Bovin and Lynette). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Wardani, A.A. (2011). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Derajat Celcius)*. Skripsi, Program Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.