

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G. dan P. Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I. Terjemahan A.Sindoro dan B. Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Chang, W. 2020. Experiential Marketing, Brand Image and Brand Loyalty A case study of Starbucks. *British Food Journal* 123(1): 209-233.
- Clow, K. dan D. Baack. 2016. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson. England.
- Danang, S. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Buku Seru. Jakarta.
- Fandy, T. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Andi. Yogyakarta
- Gedalia, C. dan H. Subagio. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Monopole Coffee Lab Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 3(1): 1-10.
- Griffin, J. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga. Jakarta.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hadiwidjaja, R. dan D. Dharmayanti. 2020. Analisa Hubungan *Experiential Marketing*, Keputusan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Di Starbucks Coffee Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2(2): 1-10.
- Kertajaya, H. 2014. *Perjalan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Erlangga. Surabaya.
- Imam, A. dan A. W. Pratomo. 2020. Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Experiential Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daon Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8(2).

- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Keller, K. L. 2013. *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow*. Pearson Education Inc. England.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Lokito, S. dan D. Dharmayanti. 2013. Analisis Pengaruh Experiential Marketing dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Comedi Kopi di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran* 1(2).
- Neupane, R. 2015. The Effect Brand Image on Consumer Satisfaction and Loyalty in Retail Super Market Chain UK. *International Journal of Social Sciences and Management* 2(1): 10-11.
- Oeyono, J. dan D. Dharmayanti. 2013. Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsmen Melalui Kepuasan Sebagai Intervening Variabel Di Tato Cafe Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1(2).
- Oliver. 2014. Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing (Special Issue)* 63: 33-43.
- Rangkuti, F. 2010. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rizan, M. dan Y. Sari. 2012. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 3(1): 5.
- Sangadji, E. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Pendekatan Praktis Disetrai Himpunan Jurnal Penelitian. Andi. Yogyakarta.
- Sallam, M. 2014. The Effect of Brand Image and Brand Identification on Brand Love and Purchase Decision Making The Role of WOM. *International Business Research* 7(10).
- _____. 2015. The Effect of Satisfaction and Brand Identification on Brand Love and Brand Equity Outcome The Role of Brand Loyalty. *European Journal of Business and Social Sciences* 4(9): 44-47.

- Sallam, M. dan Wahid, N. 2015. The Effect of Satisfaction and Brand Identification on Brand Love and Brand Equity Outcome The Role of Brand Loyalty. *International Journal of Economics, Commerce and Management* 3(2): 3-8.
- Saputra, R. H. 2019. Pengaruh Staff Behavior, Brand Identification dan Lifestyle Congruence terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Food Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.
- Schmitt, B., dan L. Zarantonello. 2013. Consumer Experience and Experiential Marketing: A Critical Review. *Review of Marketing Research* (10):25-61.
- Soebakir, B. D., dan B. Lumanauy., F. Roring. 2018. Pengaruh Brand, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado. *Jurnal EMBA* 6(4): 3843-3852.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tantowi, A., dan A. Pratomo. 2020. Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*(2) 8: 65-78.
- Tingkir, C. 2014. Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 8(2): 1-8
- Tjiptono, F. dan A. Diana. 2012. *Brand Management dan Strategy*. Andi. Yogyakarta
- Yacob, S., Erida., S. Rosita., H. Alhadey., dan A. Mohameed. 2016. The Effect of Experiential Marketing on Customer's Brand Loyalty in Modern Retail Business: A Case Study of Jambi City in Indonesia. *International Journal of Management Sciences and Business Research* 5(1): 155-157.
- Yulianto, A. 2010. Dampak Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Resort Kampoeng Legok Lembang. *Skripsi*. Universitas Komputer Indonesia.
- Yuliawan, E. dan Ginting, M. 2016. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 6(1):1-12.
- Wheeler, A. 2013. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the whole branding team*. John Wilie dan Sones: New Jersey.

Wibowo, A. 2011. Experiential Marketing dan Branded Customer Experience Kaitannya Dengan Loyalitas Pelanggan Restoran Dan Café Serta Dampaknya Pada Citra Bandung Sebagai Destinasi Pariwisata Indonesia. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 11(1).

Wu, M. Y. dan Tseng, L. 2015. Customer Satisfaction and Loyalty in an Online Shop: An Experiential Marketing Perspective. *International Journal of Business and Management* 10(1):105-107.

Zena, P. dan Hadisumarto, A. 2012. The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Asean Marketing Journal* 4(1): 38-40.

