

Daftar Pustaka

<http://eprints.upnjatim.ac.id/6373/1/file1.pdf>

Kotler dan Keller, 2012, Marketing Management Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Chairiza. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Andalas di Bandar Lampung. (Tesis). Universitas Lampung. Bandar Lampung. 61 hlm.

Hendarsono Gersom dan Sugiono (2013): analisa pengaruh *experiential marketing* terhadap minat beli ulang konsumen cafe buntos 99 sidoarjo , jurnal manajemen pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-8

Maghnati, Farshad., Kwek Choon Ling dan Amir Nasermodeli. 2012. Exploring the Relationship between Experiential Marketing and Experiential Value in the Smartphone Industry. International Business Research; Vol. 5, No. 11.

Novia, Vivi. (2012). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Customer Loyalty Pada pelanggan Restoran Koki Sunda Di Pekanbaru. Jurnal Manajemen Universitas Riau 2012.

TP Mulya dan A Wulandari, (2016)," PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CHATIME (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM 2016)" , Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora 6 (1), 229-236.

Kotler dan Armstrong, *Principles of Marketing* 15th Ed. United States, Pearson, 2014. p. 405

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

<https://elib.unikom.ac.id>

Noeng Moehajir. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.

Solso Robert, dkk. (2007). *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga.

Simamora, Bilson. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Drezner, W. (2002). *A Balanced Perspective on Brands*. Baringstoke: McMillan.

Michelli, Joseph. (2006). *The Starbucks Experience*. Jakarta: Esensi.

Schmitt, Bernd H., 1999, *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company Brands*, The Free Press, New York.

Hartono, J., dan Abdillah W., 2009, *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*, BPFE, Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2003. *The Power of Brand : Teknik Mengelola Brand Aquity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta : Gramedia.

Palupi, dan Yuliasuti. 2004. *Analisis Pengaruh Pendekatan Experiential Marketing Yang Menciptakan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Blackberry Smartphone*. Semarang.