

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R., Nursyamsi, I., & Munizu, M. (2020). *Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable: Case Study on Go-Jek Makassar Consumers. Unicees 2018*, 767–774. <https://doi.org/10.5220/0009505107670774>
- Ali, H. (2008). No Title. *Marketing. Yogyakarta : Media Utama.*
- Anggarini, A. P. (2019). *Baru Dirilis, Kolaborasi Uniqlo x Kaws Ludes dalam Sekejap.* <https://Lifestyle.Kompas.Com/>.  
<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/06/04/222903720/baru-dirilis-kolaborasi-uniqlo-x-kaws-ludes-dalam-sekejap>
- Christopher, M. P., & A. B. (2002). *Relationship Marketing: Creating Stakeholder Value. Butterworth-Heuneman, Oxford. Inggris.*
- Dewi, R. K., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 1–6.
- Gerson, R. F. (2010). *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu. Jakarta : PPM.*
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty How To Earn it, How Keep It I. Kentucky: McGraw Hill.*
- Hanafiah, Sutedja, A., & Ahmaddien, I. (2020). PENGANTAR STATISTIKA. In *Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung* (p. 6).
- Hasan, A. (2009). *Marketing. Edisi Baru. Yogyakarta: Med Press.*
- Helsper, E., & Enyon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–520.
- Hurriyati, R. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta.*
- Ishaya, S. R., Wibowo, E. W., & Yoeliastuti, Y. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (Mrt) Jakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 107. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.350>
- Karim. (2012). *Ekonomi Makro Islam Edisi Kedua. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 4.*
- Katsir, I. (2004). *Tafsir Ibnu Katsir, Terj Jilid 1. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i.*
- Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Experiential Marketing

dan Rasa Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Hotel Pondok Tingal Magelang. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 12(1), 11–27.

Kotler, Philip, & Amstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi Keduabelas. *Jakarta: Erlangga*, 6.

Kotler, Philip, & Keller. (2012). Marketing Management. *New Jersey : Pearson Education.*, 14(ed).

Kotler, Philip, & Kevin, L. K. (2009). Manajemen Pemasaran. *Jakarta : Erlangga*, 13(1).

Kustini. (2007). Penerapan Experiential Marketing. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 7(12).

Logiawan, Y., & Subagio, H. (2014). Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–11.

Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa. *Jakarta: PT Indeks*.

Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. *Jakarta: Salemba Empat*.

Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. *Jakarta : Salemba*, 131.

M, H., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect of Customer Value and Customer Experience on Customer Satisfaction and Loyalty Pt Meratus Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01), 84–94. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.909>

Mangantar, M., & Mandagie, Y. (2022). Loyalitas Konsumen Di Fif Group Cabang Manado Analysis of the Influence of Customer Value and Product Advantage on Consumer Loyalty in Fif Group Manado Branch. *Jurnal EMBA*, 10(1), 19–28.

Mardani. (2011). Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syari'ah. *Jakarta: Rajawali Pers*, 12.

Muhammad. (2005). Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam. *Penerbit BPFY Yogyakarta*, 78.

Nalendra, A. R. A. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN IM3 MADIUN). *JURNAL ILMU PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI KOMPUTER*, 3, 281–287.

Oktari, R. D., & Wati, L. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI*

*KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus : Pada Pengguna Make Over di Kota Padang).*

- Oliver, R. L. (2010a). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (2010b). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Paulus. (2011). Psikologi Pemasaran Integrasi Ilmu Psikologi Dalam Kegiatan Pemasaran. *Yogyakarta: CAPS*, 31.
- Pine, B. J., & James, G. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Rahmawati, Yuli, & Suminar, B. (2014). Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word Of Mouth pada Pelanggan Honda Motor di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 15–30.
- Ramon. (148 C.E.). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Aryaduta Lippo Village Karawaci*.
- Ratnasari, Ririn, & Mastuti. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Rinaldi, D. (2013). *Uniqlo Buka Gerai pertamanya di Indonesia 22 Juni 2013*. <https://Swa.Co.Id/>. <https://www.abyscreenprinting.com/sejarah-uniqlo-dan-perkembangannya/>
- Rosa, C. (2021). *Gandeng 3 Seniman Mural, Uniqlo Buka Gerai Baru yang Kental Sentuhan Seni*. <https://Akurat.Co/>. <https://akurat.co/gandeng-3-seniman-mural-uniqlo-buka-gerai-baru-yang-kental-sentuhan-seni>
- Sani, A. M., & Vivin. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang : UIN Press.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(3), 53–67.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keempat. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, M., & Efendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Solihah, E., Aquinia, A., Hayuningtias, K. A., & Ramadhan, K. R. (2021). The Influence of Experiential Marketing and Location on Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1327–1338. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1327>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukei. (2009). *Dimensi Loyalitas Perilaku Pelanggan*. Cetakan Pertama, Jakarta: Lutfansah Mediatama.
- Tanujaya, A. (2012). Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada 3Second Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 23–34.
- Utami, S. F. (n.d.). *Zerowaste.id*. Retrieved May 14, 2022, from <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yang-ditimbulkan/>
- Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2013). The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *ASEAN Marketing Journal*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.21002/amj.v4i1.2030>
- Zulfa. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Citra Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Jawa Tengah. *Disertasi (Tidak Diterbitkan) Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga*.