

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, W. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Sengkaling Kuliner “Sekul” Malang. *Manajemen Bisnis*, 7(2).
- Asyik, N., & Ansi, A. (2018). Proses Pengolahan Sekunder Biji Kakao Menjadi Produk Olahan Kakao Setengah Jadi. *Prosiding Seminar Nasional Agribisnis*, 0(0), 43–47. Retrieved from <http://ojs.uho.ac.id/index.php/procnaskotim/article/view/11334>
- Damanik, E. B., Hayat, A., & Sayudi, A. (2022). Pengaruh Penatausahaan Aset dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan: Studi Kabupaten Barito Utara. *MAKSIMUM*, 12(1), 1–12.
- David, D. (2018). Pengaruh E-service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Agora*, 6(2).
- Devitasari, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret di Desa Wringinanom Kabupaten Gresik*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Dharmawansyah, I. (2013). Pengaruh experiential marketing dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu). *Management Analysis Journal*, 2(2).
- Dimiyati, M. (2014). Peranan experiential marketing dan kepuasan pasien dalam menciptakan loyalitas pasien rumah sakit fatimah banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 13(2).
- Ekasari, N. (2015). Pengaruh Experiential Marketing terhadap loyalitas pelanggan klinik perawatan kulit natasha kota Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 17(2), 43497.
- Ekawati, V. D. (2015). *Pengaruh experiential marketing dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan*. Universitas Sanata Dharma.
- Erica, D., & Al Rasyid, H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta. *Jurnal Perspektif*, 16(2), 168–176.
- Fang, Y.-H., Chiu, C.-M., & Wang, E. T. G. (2011). Understanding customers’ satisfaction and repurchase intentions: An integration of IS success model, trust, and justice. *Internet Research*.
- Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). *Experiential Marketing. In Marketing For Tourism And Hospitality*. London: Routledge.

- Ghozali, I. (2006). *Struktural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS*. Semarang: Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Mutivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Indihome Di Indonesia = Effect Of Service Quality And Technology Utilization On Indihome User Satisfaction And Loyalty In Indonesia*. University of Pelita Harapan.
- Hair JR, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Indonesia-Investments. 2016. Industri Manufaktur Otomotif Indonesia.
- Jevon, F. V. (2020). *The role of biotic interactions and plant traits in temperate forest recruitment and diversity*. Dartmouth College.
- Jin, T. F. (2003). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi dan pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja akuntan publik. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 1–26.
- Karuniatama, I. H., Barata, D. D., & Suyoto, Y. T. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel Di Indonesia. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(1), 28–36.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England: Pearson.
- Kusumawati, A. (2011). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (Matos) Analysing the Influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty: the Case of Hypermart Malang Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 75–81.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2014). *Partial Lest Squares; Konsep, Metode dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Muhammad, R. (2019). *Analisis Pengaruh Servicescape (Lingkungan Layanan), Pemanfaatan Teknologi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Container Pada PT. Pelindo I Cabang Belawan, Medan*. Universitas Maritim Amni (Unimar Amni) Semarang.
- Nafiah, K. L., & Trihudyatmanto, M. (2021). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Brand Image Dan Experiential Marketing. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1), 61–73.
- Nathania, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi*

Informasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Iphone. niversitas Pelita Harapan.

- Nurjaya, N., Affandi, A., Ilham, D., Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2021). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Kemampuan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kinerja Aparatur Desa Pada Kantor Kepala Desa Di Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(3), 332–346.
- Patmawati, D. (2022). The Influence of Social Media Influencers on Purchase Intention with Brand Awareness as Mediator. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 9(1), 111–112.
- Putri, Y. A., & Astuti, S. R. T. (2010). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel" X" Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 12(2), 191–199.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46–56.
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Rizal, M. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(1).
- Rohman, H. S. (2019). *Harvesting shock absorber perhitungan bearing*.
- Rosita, N. P. S., Nuridja, I. M., & Suwena, K. R. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Swalayan Sinar Rahayu Negara Tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Rosita, S. (2019). Employee's Engagement, Work Discipline Toward Work Satisfaction and its Impact on Human Resource Performance (Study In Jambi Of Transportartion Agency, Indonesia). *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 3(1), 82–90.
- Saleh, R., & Siagian, A. O. (2020). Sponsorship dalam Menciptakan Sikap Merek. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 13–22.
- Setiawan, E. B. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi Kasus Pemanfaatan E-Ticketing Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Kereta Api). *SITEKIN: Jurnal Sains*,

- Teknologi Dan Industri*, 12(2), 204–211.
- Siagian, A. O. (2020). Analisis Jaringan Antara Pengembangan Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan PT. Adhi Karya Jakarta. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 2(2), 34–43.
- Situmorang, S. H., & Lutfi, M. (2012). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Smilansky, S. (2018). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. London: Koganpage.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, M. N. I. (2010). *Statistika Deskriptif dan Induktif*. Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Swastha, B., & Irawan. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, dan Satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Uztmah, R. R. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus : Penonton CGV Cinemas di Bekasi Cyber Park)*. Universitas Darma Persada.
- Widjaja, H. W. (2020). *Hubungan antara kualitas pelayanan, citra merek, pemanfaatan teknologi informasi, kepuasan pelanggan kepada loyalitas pelanggan maskapai Lion Air*. Universitas Pelita Harapan.
- Yusfita, N. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen PT Alhamdi Global Wisata Periode Umrah 2015 Sampai Dengan Juni 2017)*. Universitas Brawijaya.
- Zulfianto, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi Informasi, E-Service Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Ojek Online Di Medan*. STIE Perbanas Surabaya.

