

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, W. (2017). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI SENGKALING KULINER “SEKUL” MALANG. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS*, 07(02), 119–128.
- Arif, F. (2018). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DUNKIN’ DONUTS INDONESIA. *Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 74–87.
- Astriana, D. A. (2019). Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening: pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas (studi pada pelanggan molak malik cafe kota pasuruan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 1145–1153.
- Fadhlor, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GOJEK MALANG (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). *Ekonomika Dan Bisnis*, 52–64.
- Fatmawati, R. D. (2018). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT BRI Syariah Cabang Malang). *Seminar Nasional Dan Call for Paper: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan 2018*, 1342.
- Jumawan, J. (2018). The Effect of Service Quality on Loyalty using Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Entrepreneurs in Bekasi Bonded Zone). *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 4(5), 389–394. <https://doi.org/10.22161/ijaems.4.5.9>

- Manengkey, V. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Kebun Strawberry D ' MOOAT*. 9(1), 64–71.
- Mulyadi, A. (2018). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY , PRICE AND CREDIBILITY QUALITY OF CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE ( STUDY ON HONDA SEMARANG Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang Dosen Fakultas Ekonomika. *Ekonomika Dan Bisnis*, 1–14.
- Noor, L. K. (2020). THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE FOR MAHAKAM LANTERN GARDEN. *Ekonomika Dan Bisnis*, 2020, 54–61.
- Prasetya, A. Y., & Wardati, E. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS MANAJEMEN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna E-commerce C2C Bukalapak). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 9(November), 146–154.
- Putri, Y. L. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Manajemen Pemasaran*, 10(19), 70–90.
- Raden Ajeng, N. I. K., & Achmad, F. D. (2020). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING , CITRA , DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS ( Survei pada Pelanggan Rumah Makan Sederhana Jatiwaringin , Jakarta Timur ). *Administrasi Bisnis (JAB)/Vol.*, 78(1), 61.

- Sari, H. P. (2017). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING ( Studi pada Merbabu Guest House Di Kota Malang). *E – Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN*, 05.
- Setiobowo, R. (2018). *The Influence of Experiential Marketing , Service Quality on Customer Loyalty and Satisfaction at the Pizza Hut Restaurant in the Tunjungan Plaza Surabaya*. 35(Miceb 2017), 77–80.
- Susanto, H., Rachma, N., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Anggota Simpan Pinjam KUD Pakis Malang). *E – Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN*, 21–33.
- Widowati, R., & Tsabita, F. (2017). *The Influence Of Experiential Marketing On Customer LoyaltyThrough Customer Satisfaction As Intervening Variable ( Study at The House of Raminten Resturant in Yogyakarta Indonesia )*. 8(2), 163–180.
- Zahri, A. (2019). The Effect Of Experiential Marketing On Customer Satisfaction At CGV Cinema In Palembang. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 9(12), 2250–3153.
- Zahri, A., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2019). *The Effect Of Experiential Marketing On Customer Satisfaction At CGV Cinema In Palembang*. 9(12), 600–607. <https://doi.org/10.29322/IJSRP.9.12.2019.p9675>