

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Alkilani, K., Ling, K. C., & Abzakh, A. A. (2012). *The Impact of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Customer Commitment in The World of Social Networks*. *Asian Social Science*, 9(1), 262–270. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n1p262>
- Author, *Alasan Mengapa KFC Jadi Favorit*. 2019  
<https://www.momsinstitute.com/2019/03/8-alasan-mengapa-kfc-jadi-favorit>.
- Azizah, A. N. (2016). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing , Emotional Branding , Dan Service Quality Analisis Pengaruh Experiential Marketing* . 1–125.
- Bisnarti, Ayunda. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada The Family Spa. *Jurnal Digest Marketing*. Vol. 1
- Chao, Ren-Fang .2015. *The Impact Of Experimental Marketing On Loyalitas konsumen For Fitness Clubs: Using Brand Image And Satisfaction As The Mediating Variables*. *Journal of International Management Studies* Vol. 52 No. 10, 52-60.
- Darmawansyah, I. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu). In *Management Analysis Journal* (Vol. 2). <https://doi.org/10.15294/maj.v2i2.2529>
- Ghozali, I. (2016). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. akuntan-publik
- Hijriani, A., Muludi, K., & Andini, E. A. (2016). Penyajian Hasil Prediksi Pemakaian Air Bersih Pdam Informasi Geofrafis. *Jurnal Informatika*, 11(2), 37–42.
- Khotimah, K. (2017). *Experiential Marketing to Increase Net Marketing Contribution Margin ( NMCM ) through Customer Value*. 2(4), 36–42.
- Kotler, P. K., Kevin L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey : Prentice Hall
- Saraswati, Riza, Arifin, Zainul dan Yulianto, Edi. 2013. Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Taman Indie Resto) Malang. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol 2 No.3 Hal 1-9
- Sari, H. P., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Merbabu Guest House Di Kota Malang). *Riset Manajemen Prodi Manajemen*.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Topbrand-award.com (2019) Restoran Fastfood Fase 2. Diambil 20 Mei 2020, dari <https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/restoran-fastfood-fase-2-2019/>