

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., 1991, *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of a Brand Name, The Name, The Free Press: New York.*
- Andreani Fransisca. (me2007). *Experiential Marketing* (Sebuah Pendekatan Pemasaran). Surabaya: Fakultasnomi Universitas Kristen Petra.
- Ballester E. D., 2001, *Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty, European Journal of Marketing*, vol. 35.
- Coulter, R., et al, 2003, *Rethinking the origin of Involvement and Brand Commitment: Insight form Postsocialist Central Europe, Journal of Consumer Research*, Vol 30.
- Dwi Ichsan Saputra, 2012. Pengaruh *Emotion Marketing* dan *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* di Restoran *Bebek Goreng H.Slamet Pekanbaru*
- Evawati, 2012. Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) MC Donald Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen: Jakarta
- Ferdinand, 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2008, *Structural Equation Modeling*, Edisi dua, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gobe, Marc. 2005, *Emotional Branding: Paradigma Baru Untuk Menghubungkan Merek Dengan Pelanggan*, Edisi kesatu, Terjemahan oleh Bayu Mahendra, Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Hamzah A. 2007. "Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Mentari" Jurnal Usahawan.
- Hsieh, An- Tien dan Chung-Kai Li, 2008, "*The Moderating Effect of Brand Image on Public Relations Perception and Customer Loyalty*", *Marketing & Planning*, (Oktober 2008), Vol.26 No.1.
- Indriyanto Supomo, 2002. Metodologi Penelitian Bsnis untuk Akutansi dan Manajemen. Edisi pertama, BPFPE – Yogyakarta, Yogyakarta.
- Jogiyanto, 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta Penerbit: Andi.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengenalaan, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta Sembilan Empat.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Duabelas Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*, Edisi Tigabelas. Jilid II. Jakarta Erlangga.
- Lee, T.S, C.S. Leung, dan Z.M. Zhang, 2003, “*Fashion Brand Image Marketing: Brand Image and Brand Personality*”, *RJTA*, Vol.4 No.2.
- Utami Mira Maulani.(2009). *Anteseden Experiential Marketing dan Konsekuensinya pada Customer’s Motor Yamaha di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Diponogoro Semarang.
- Oliver, Richard L, 1999, “*Whence Cosumer Loyalty?* ”, *Journal of marketing* Vol.63.
- Osin Tauli dan Marhadi, 2012. Pengaruh *Emotion Marketing* dan *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* pada Rumah Makan Pondok Khas Melayu di Pekanbaru.
- Purnomo Idris, 2010. Pengaruh Implementasi *Relationship Marketing* Pada Waroeng *Steak and Shake* di Yogyakarta.
- Saputra, Saparno, 2007. Kajian Teoritis *Service Quality, Statisfacation, Turst, Reputation, Switching Cost, and Loyalty*. *Majalah Competitive*, (Desember 2007), Vol.3 No.2
- Schmitt, Bernd H. 1999. *Experiential Marketing: How to Get sense, Feel, Think, Act, and Relate to your Company and Brands*. New York: The Free Press.
- Sekaran, Uma. 2006. *Reseach Methods For Busniess*. Edisi Empat.Jakarta: Salemba Empat.
- Setianingsih dan Darmawan, (2004). Pengaruh Citra Merek Terhadap Efektifitas Iklan, *Jurnal Media Mahardika*. Vol 2 No.3.
- Setiyadi, Nugraha J, 2003. *Prilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Shimp, 2000. *Periklanan Promosi*. Jakata: Penerbit Erlangga.
- Siagian Dergibson. (2012). *Peran Kredebilitas dan Citra Merek Terhadap Keterkaitan Kepuasan dan Loyalitas Merek*. Jakarta: Program Studi Manajemen, Kwik Kian Gie School Business.
- Sondoh et.al 2007. “*The Effect of Brand Equity: Green Brand Image Statifacation and Loyalty Imtention in the Context of Color Cosmetic*”. *Asian Academi of Management Journal*. Vol 12.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabet: Bandung.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.

Tri Astuti S.R. & Anggia Putri Y. (2010). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel "X" Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

Umar H. (2012). *Experiential Marketing, Emotional Branding dan Brand Loyalty (Survei Konsumen Operator Seluler XL)*. Jakarta: Program Studi Manajemen, Kwik Kian Gie School Business.

Wong, 2005, "Experience Lost", *Marketing*, Toronto, Vol. 110