

Daftar pustaka

- Arikunto, S., 2006, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek dan sampel penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto., Suhasimi., 2006, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, penerbit : Bina Aksara.
- Auli Lucky Yuriansyah,. 2013, “Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai, Produk, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Manajemen Analisis*, Vol. 2, No.1, juni 2013, Univerta Negri Semarang.
- B. Schmitt., 1999, *Experiential Marketing : “A New Framwork For Design And Communication”*, *Jurnal Of Marketing*, 10 june 2010, Francis.
- Charla Mathwick, N.M, 2001, *Journal of Retailing. Experiential Value Conceptualitation, Measurement, and Appication In The Catalog and Internet Shoping Environment*, 39-56.
- Ella Siti Chaeriah., 2016, “Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Samsung”, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 4, No. 3, ISSN 2338 – 4798.
- Factur Rohman., 2009, “Peran Nilai Hedonik Konsumsi Dan Reaksi Impulsif Sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional Terhaap Keputusan Pembelian Impulsif Di Butik Kota Malang”, *Jurnal Amplikasi Manajemen*, Vol. 7, No. 2.
- Ferdinand, Augusty., 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, pedoman penelitian skripsi, tesis, disertasi ilmu manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fransiska, Andreani., 2007, “Experiential Marketing”. *Jurnal Manajemen Marketing*. Vol. 2. No. 1.
- Gregorie. Y, & Fisher, R. J., 2006, *Effects Of Relationship Quality On Costumer The*. *Marketing latter* : 31-46.

- Hootniar Siringoringo.,2004,“Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, No. 3, Jilid. 9.
- Indrianto, dkk., 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, edisi pertama, Yogyakarta : BPFE
- Ivonny candra & Hartono Subagio, S.E.,M.M., 2013, “Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dengan Perceived Value Sebagai Variable Intervening Konsumen The Premeire Grand City Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2, Hal 1-10.
- J. Supranto., 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Rineka Cipta, Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan., 2005, *Positioning – Diferensiasi – Brand*, GramediaPustaka Utama, Jakarta.
- Kartajaya, Herman., 2004, *Marketing In Venus*, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Koentjaraningrat., 1990, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Maghnati, F Kwek Choon Ling., 2012, “Exploring The Relationship Between Experiential Marketing And Experiential Value In The Smartphone Industry”. *Jurnal International Business Research*, vol. 5. No. 11.
- Mc cole, Petrick., 2006, *Relationship marketing :a consumer experience approach to connecting with your costumer*, New jersey : Jhon Wily & Sons, Inc.
- Mira M.U.,SE,. 2009, *Antensedan Experiential Marketing Dan Konsekuensinya Pada Costumer’s Brand Loyalty*, tesis, MM, Universitas Diponegoro Semarang.
- Philip kotler., and Kevin Lane Keller., 2008, *Menejemen Pemasaran*, edisi 13, jilid 1, Erlangga, Jakarta.

- Razanah, Zahrina dkk., 2013, “Penerapan Experiential Marketing Strategy Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas”. *Jurnal Adminitrasi Bisni*. Vol.5 (No. 2), Hal. 1-8.
- Sara.F.F,ST.,2009, *Studi Tentang ExperientialMarketing Untuk Meningkatkan Nasabah*, tesis, MM, Universitas Udyana Bali.
- Schmitt, B., 1999, “*Experiential Marketing*”, *Jurnal Of Marketing*, Vol. 15, 1999, Hal.1-3.
- Schmitt, Bernd H., 2004, *Experiential Marketing How To Get Cosumer To Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands*. New York : Free Press
- Sumarwan, dkk, 2010, *Pemasaran Strategik (Perpektif Value-Based Marketing Dan Pebgukurab Kinerja)* IPB pers. Bogor.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Dan Bisnis*. Bandung : Alfabet
- Sweeney, dkk., 2007, “How Functional, Psychological, And Social Relationship Benefit Influence Individual And Firm Commitmen To The Relationship”, *Jurnal Of Business And Industrial Marketing*, vol. 22, no. 7 : pp 474-488.
- Wayan.F. A.2016., “Peran Experiential Value Dalam Memediasi Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention”,*Jurnal Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, vol. 10, no 1, FE, Universitas Udayana Bali.
- ZA. Mahera., 2014, “Pengaruh International Brand Dan kualitas produk Terhadap keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 8, No. 1.
- Zahrina , Razanah, dkk., 2013, “Penerapan Experiential Marketng Strategi dan Pengaruh Terhadap Kepuasan dan loyalitas”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 15, hal. 246-308.
- WWW.Liputan6.com/teknoread/2941273/penjualan-serigalaxy-s7-tembeur-55-juta-unit, 2017.