Daftaar Pustaka

Aris Mardiyono, 2015, Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Experiential Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan (Studi Empiris Pada : Penjual Makanan Sate Kambing Di Semarang)

Agus Andrianto, 2016, Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Dan Experiential Value Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan D'Cost Seafood Cabang Royal Plaza Surabaya)

Agus Supandi Soegoto,2013, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen

Bagus Dwi Setyawan,2012, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening

Dewi Nur Setiyaningsih danD. Koeshatono,2014 Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi

Dita Prasetya,2015, Pengaruh Strategi Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelangggan Dan Loyalitas

Faris Mujaddid ,2015Adinugrohopengaruh Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, Dan Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket

Fransisca Andreani, 2009,Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)

Hatane Semuel,2012, Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Perbankan Nasional

Januar.T.Oeyono dan Diah Dharmayanti, 2013, Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagia Intervening Variabel Di Tator Cafe Surabaya Town Sqware

Jennifer Adji Dan Hatane Semuel, 2014,Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya

Ni Made Marta Nidyatantri, I.G.A. Oka Suryawardani, Dewa Gede Agung,2016, Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Kedelai Jepang Edamame Pendekatan Structural Equation Modeling

Mei-Ying Wu & Li-Hsia Tseng, 2015 Customer Satisfaction and Loyalty in an Online Shop: An Experiential Marketing Perspective

Puti Ara Zena* and Aswin Dewanto Hadisumarto,2013, *The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*

Ren-Fang Chao, 2015,*The Impact of Experimental Marketing on Customer Loyalty for Fitness Clubs: Using Brand Image and Satisfaction as the Mediating Variables*

Redita Liga Ade Erwanda,2015 *Pengaruh Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Spbu 44 – 507 06*

Royani wulandari,2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Minat Loyalitas

Sally Eva Setiawan, Gabriella Michelle,2015, Analisa Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Customer Experience Sebagai Variabel Perantara Di Ciputra Waterpark Surabaya

Stefanny Ratna Sari T,2013, Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Hartono Elektronika Surabaya

Vivi Novia,2012, Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Pada Pelanggan Restoran Koki Sunda Di Pekanbaru

Yulira Putri,2012, Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Samsung Experiential Shop Padang

http://tugasakhiramik.blogspot.co.id/2013/03/pengertian-loyalitas-pelanggan_4275.html

eprints.ums.ac.id/36842/3/BAB%20II.pdf