

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Agung, Abul Harits. (2013) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Setan Jember*. Jember: Universitas Jember.
- Andreani, Fransisca. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 2, No.1*, Hal. 1-8
- Arsyanti, N. M, & Astuti, S. R. T. (2016) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Online Shopastelle, Semarang). *Diponegoro Journal of Management, vol.5, No.2, pp. 291-301*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Assauri, Sofjan. (2011) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen, vol. 3*. Makassar: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya.
- CB Insights. (2019). *The Global Unicorn Club (2019) \$1B+ Market Map: The World's 390+ Unicorn Companies In One Infographic*. Retrieved from [www.cbinsights.com](http://www.cbinsights.com).
- CNBC Indonesia. (2019, October 7). *Bank Artos Berpotensi Jadi Gojek Bank, Ini Kata OJK*. Retrieved from [cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com).
- CNBC Indonesia. (2019, April 5). *10 Tahun Beroperasi, Akhirnya Gojek Jadi 'Decacorn SuperApp'*. Retrieved from [cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com).
- Dewi, L. N. G. D. N., & Jatra. M. (2013). *Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Kota Denpasar*. Bali: Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana.
- D Gremler, Dwayne, Jo Bitner, Mary and A Zeithaml, Valarie. (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm (Fifth edition)*. Singapore: MC Graw Hill

- Febrini *et.al.* (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Freddy, Rangkuti. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Global Web Index. (2019). *We Are Social: Digital in 2015*. Retrieved from [www.wearesocial.org](http://www.wearesocial.org)
- Gojek Indonesia. (2020). Retrieved from [www.gojek.com](http://www.gojek.com)
- Gujarati, Damodar. (2005). *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Handayani, F. (2017). Pengaruh Dimensi Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Owl Cafe di Bandar Lampung. *Digital Repository Unila*. Lampung: Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Lampung.
- Hendarsono, G. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1 No. 2 Hal. 1-8*.
- Huang *et.al.* (2014). The Relationship Among Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Resonance to Repurchase Intention of Cultural and Creative Industries in Taiwan. *International Journal of Organizational Innovation Vol.6 No.3*.
- Hume, M & Mort, G. S. (2010). The Consequence of Appraisal Emotion, Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Repurchase Intent in The Performing Arts. *Emerald Insight Journal of Services Marketing, Vol.24, No.2, pp. 170-182*.

- Irawan *et.al* (2018) Pengaruh Kualitas Fitur, Desain, Iklan, Kepuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keinginan Berpindah Merek Handpone (Survai Pada Pengguna Handphone di Kota Purwokerto). *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 11(2), 83-106. Retrieved from <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/performance/article/view/770>
- Jonathan, Sarwono. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kusumawati, A. (2011). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (Matos). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern, Vol.3, Januari-Juni 2011*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Lionora *et.al*. (2015). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Member Sanggar Senam Kharisma). *Diponegoro University Institutional Repository*. Semarang: Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Lunnete, C. (2017). Kepuasan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang di Gyu Kaku Galaxy Mall. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol.5, No.2*.

- Malasi, J. M. (2012). Influence of Product Attributes on Mobile Phone preference among university students: A Case of Undergraduate Students. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences November 2012, Vol. 1, No. 6 (ISSN: 2226-3624)*.
- Matti, H. (2011). Mobile Phone Feature Preference, Customer Satisfaction and Repurchase Intent Among Male Users. *Australian and New Zealand Marketing Academy*. Retrieved from [www.elsevier.com](http://www.elsevier.com).
- Ming, Chou You. (2010). Study on The Impacts of Experiential Marketing and Customer Satisfaction based on Relationship Quality. *The International Journal of Organizational Innovation Vol. 3, No. 1. 2010*.
- Natasha, A. & Kristanti, D. D. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen di Modern Café Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.2. pp 179-190*.
- Nikkei Asian Review. (2019). *Gojek Aims to Grow Non-Indonesia Users to 50% of Operations*. Retrieved from [asia.nikkei.com](http://asia.nikkei.com)
- Pappas *et.al.* (2014). Moderating Effects of Online Shopping Experience On Customer Satisfaction and Repurchase Intentions. *International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 42 No. 3, pp. 187-204*.
- Peter, J. P. & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat
- Prakosa, A. & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management, [S.l.], v. 3, n. 1, p. 72-85, feb. 2020. ISSN 2614-6592*. Yogyakarta: Fakultas Bisnis, Universitas PGRI.
- Pranata, H. (2017). Pengaruh Harga, Desain Serta Fitur Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Merek Produk Smartphone Merek Samsung Pada Konsumen Di Wilayah Tegalboto Jember. *Repository Universitas Jember*. Jember: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.

- Puspita, M. (2016). Pengaruh Harga, Desain, Fitur Dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember. *Repository Universitas Jember*. Jember: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.
- Putra, R. A. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) Pelanggan Elna Cake & Bakery Di Kota Bukittinggi. *Diploma Thesis*. Medan: Universitas Andalas.
- Putri, Y. A. & Astuti, S. R. T. (2010). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel X Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset, Vol. 12 (No. 2), Hal. 191-195*.
- Putri, A. D. & Astuti, S. R. T. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang). *Diponegoro Journal of Management, Vol.6, No.2*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Ramadhan, A. G. & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management, Vol.6, No.1*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Rao, Purba. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager (February-March).
- Resti, D. & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati. *Diponegoro Journal of Management, Vol.5, No.1*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Rini, E. S. (2009). Menciptakan Pengalaman Konsumen dengan Experiential Marketing. *Jurnal Manajemen Bisnis, vol. 2, no. 1*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Rosenberg, B. D. & Navarro, M. A. (2017). The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation (Semantic Differential Scaling). Sage Publications Inc.

- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Stora Caffe MMXVI. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*. Kotawaringin: STIE Sampit.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1. Jakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- Schmitt, B. H. (2003). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. New York: Free Press.
- Smilansky, Shaz. (2009). *Experiential Marketing: A practical guide to interactive brand experiences*. London: Kogan Page.
- Srivastava, K. & Sharma, N. K. (2013). Service Quality, Corporate Brand Image, and Switching Behavior: The Mediating Role of Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *Journal Services Marketing Quarterly*, Vol.34, No.4.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Tetano, V. & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variable Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1),1-12.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wicaksono, A. C. & Nurseto, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk, dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 34-42.

Yunita, M. & Samuel, H. (2014). Analisah Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen Herbs Spa. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol.2, No.2.*