

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong G, Kotler P. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Farisya. (2012). Pengaruh Experiential marketing terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai *Intervening* Variabel. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Ilmu Administrasi Niaga Kekhususan Pemasaran, Depok, Universitas Indonesia.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: BP Undip
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2011). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall
- Octaviana, R. A., & Nugrahaningsih, H. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada PT. Meratus Line Jakarta). *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 6(2), 57–72.
- Pradana, M. D., & Sanaji. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–10.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22669>

diakses tanggal: 21 Agustus 2021

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*, 6(1), 1–12.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>

diakses tanggal 21 Agustus 2021

Rohwiyati, R., & Praptiestrini, P. (2019). The Effect of Shopee e-Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention: Customer Satisfaction as Mediation Variable. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research*, 1(1), 47. <https://doi.org/10.33455/ijcmr.v1i1.86> diakses

tanggal 22 Agustus 2021

Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing : How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: The Free Press Simon and Schuster Inc.

Shoes and Care. (2021). <https://shoesandcare.com/about-shoes-and-care> diakses tanggal

19 Agustus 2021

Sobel, robert. (1982). *ITT: The Management of Opportunity*. United States: Times Books.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* Bandung: Alfabeta.

- Suyetno. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang dan Word of Mouth dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 2 No. 3 Desember 2019*. 2(3), 49–62.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan kosep, pengukuran, & strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi dengan SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wijaya, P. E. S. A., & Suparna, G. (2017). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap Repeat Purchase Pada Mangsi Coffee Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 6(10), 5432–5459.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Zeithaml, Valerie A and Bitner, M. jo. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. London: McGraw Hill.