

DAFTAR PUSTAKA

- Dengan, U, Pengunjung, K, & Variabel, S. (2019). 3) 1, 2, 3). 19 (1), 92–105.
- Dhani, N. M, Ekonomi, F, & Negeri, U. (2015). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP MINAT*. 4 (November), 159 – 170.
- Gmbh, S.B.H. (2016). *Minat Kunjung Ulang*. 1 – 23.
- Dhani, Nuzulia Mustika dan Firman. 2015. “*Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Kawasan Objek Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang Pengunjung Objek Wisata Jembatan*”
- Gustina, L, Yasri, Y, & Engriani, Y. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang*. 08 (01), 52 – 62.
- Hendarso, Gersom dan Sugiono. 2013 ”Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Café Button 99 Sidoharjo”. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran* Vol. 1, No 2. 1 - 8.
- Iqbal, M. (2021). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Fasilitas Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Jungle land Adventure Theme Park*. 71 – 80. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i2.783>
- Jamu, M. E, Laga, Y, & Laga, Y. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Tourist Satisfaction Terhadap Revisit Intention Tourism Di Danau Kelimutu. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisna dwi payana*, 8 (1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i1.386>
- Klasik, U.A. (n.d.). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP OBJEK WISATA JEMBANGAN Afifah Mahtardani Manajemen STIE Putra Bangsa Email : afifahmahtardani1309@gmail.com Abstrak*. 1 – 10.
- Kristanti, Yovita Hepi. 2015. *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Niat Berkunjung Kembali Pengunjung Pantai Sadranan Gunung kidul*.
- Klotok, K. (2019). *MARKETING KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI WARUNG*. 10 (1), 35 – 54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Marketing, P. E, Image, B, Brand, D. A. N, Manajemen, J, & Ekonomi, F. (2021). *T . L Rampangan, M . Mangantar, M . Ch . Raintung . TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA GRAND MASTER RESORT TOMOHON THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING , BRAND IMAGE AND BRAND TRUSTON THE INTERESTIN REVISITING*

THE GRAND MASTER RESORT TOMOHON Jur. 9 (4), 1313 – 1323.

Mowen, J. C, & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga, 90.*
[http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB%20II.pdf)

Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen. 307.*
<http://books.google.com/books?id=pAfxNu7FFCYC&pgis=1>

Schmitt, Bernd. 1999. “Experiential Marketing”. *Journal Of Marketing Management of Westburn Publishers Ltd, Vol 15.*

Setyono, Darwin, dkk.2017.”Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Koing Coffe & Bar”. *Jurnal Hospitaly dan Jasa Vol. 5 No.1.*

Sugiono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung Alfabeta