DAFTAR PUSTAKA

Ahn, J., Lee, C. K., Back, K. J., & Schmitt, A. (2019). Brand experiential value for creating integrated resort customers' co-creation behavior. *International journal of hospitality management*, *81*, 104-112.

Barimbing, C. A. A., & Sari, D. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung). *eProceedings of Management*, *2*(1).

Djatmiko, Y., & Adartha, C. V. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsume di The Singhasari Resort Batu. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, *6*(1).

Jannah, D. A. M., Andriani, N., & Arief, M. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, *1*(1), 53-64.

Khotimah, K., Sari, D., & Kaltum, U. (2016). Event Marketing and Experiential Marketing Towards The Formation of Net Marketing Contribution Margin (NMCM) (Study at PT. Garuda Indonesia, tbk). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *219*, 431-439.

Rosita, N. P. S., Nuridja, I. M., & Suwena, K. R. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Swalayan Sinar Rahayu Negara Tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *5*(1).

Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of marketing management*, *15*(1-3), 53- 67.

Selfia, D., & Karneli, O. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Pusako Bukittinggi. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, *4*(2), 1-14.

Smith, K., & Hanover, D. (2016). *Experiential Marketing: Secrets, Strategies, and Success Stories from the World's Greatest Brands*. John Wiley & Sons.

Sowandika, E. P. (2016). Pengaruh Dimensi Experential marketing terhadap kepuasan pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffe di Malang City Point Mall. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *5*(2).

Sugiyarti, G. (2015). Pengaruh Sense Marketing, Think Marketing, Relate Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen (Tinjauan Teoritis). *Serat Acitya*, *4*(1), 80.

Sujudi, A. R., & Ramantoko, G. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ezytravel Online Travel Agent. *eProceedings of Management*, *4*(3).

Vernawati, D. D., & Dwi, K. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan di Heritage Coffee Batam. In *Proceeding 3rdApplied Business and Engineering Conference* (pp. 2339-2053).

Yuliawan, E., & Ginting, M. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, *6*(1), 1-12.

https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/kelas-menengah-penggerak-ekonomi-indonesia/

https://radarlampung.co.id/2018/02/14/mixology-soju-bar-dan-brasserie-tawarkan-tempat-nongkrong-berkelas/

http://www.lampungtelevisi.com/2019/09/2-mahasiswa-dikeyorok-di-bar-mixology.html

https://sinarlampung.com/mixiology-selalu-bandel-dewan-minta-pemkot-tegas/

https://lampung.tribunnews.com/2019/10/30/warga-resah-pengunjung-buang-air-kecil-dan-muntah-sembarangan-pemkot-tutup-operasional-bar-mixology

https://www.google.com/maps/place/Mixology+Lampung/@-5.4066756,105.2729535,17z/data=!3m1!4b1!4m14!1m6!3m5!1s0x2e40dba9757f115f:0x672e6ae920c09e18!2sMixology+Lampung!8m2!3d-5.4066809!4d105.2751422!3m6!1s0x2e40dba9757f115f:0x672e6ae920c09e18!8m2!3d-5.4066809!4d105.2751422!9m1!1b1