

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahnya, Semarang: Asy-Syifa', 1998.
- Assauri, Sofjan, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Berdasarkan Rapat Akhir Tahun (RAT) 02 Oktober 2017 KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah.
- Christian, Albertus dan Diah Dharmayanti, "Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* The Light Cup di Surabaya Town Square", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 1, no. 2 (2013) - 28 Desember, 2018 - <https://media.neliti.com/media/publications/132958-ID-none.pdf>.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Dumat, Faly Etam, dkk, "Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Kopi (Studi Kasus pada Van Ommen Coffee Manado)", *Jurnal EMBA* 6, no.4 (2018) - 12 Desember, 2018 - <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21622>.
- Fitrianingrum, Wulan, "Pengaruh *Strategic Experiential Marketing* dan *Key Experiential Providers* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Percetakan CV. Al-Kautsar Ngantru Pati", Skripsi, STAIN Kudus, 2017.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.

Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research Jilid 1*, Yogyakarta, Andi Offset, 2000.

Hermawan, Sigit dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Malang: Media Nusa Creative, 2016.

Hurdawaty, Ramon dan Dimas Widiyanto, “Pengaruh *Experiental Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Aryaduta Lippo Village Karawaci”, *Jurnal Sains Terapan Pariwisata* 2, no. 2 (2017) - 28 Desember, 2018 - <http://journal.stpsahid.ac.id/index.php/jstp/article/download/70/36/>.

Indarwati, Tias A. dan Monika Tiarawati, “Strategi Pemasaran melalui *Experience* dan *Emotional Marketing* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di J.CO Donuts & Caffee Surabaya”, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* 15, no. 1 (2015) - 12 Desember, 2018 - <http://jrem.iseisby.or.id/index.php/id/article/view/11>.

Kartajaya, Hermawan, *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*, Jakarta: Erlangga, 2010.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke-13, Jakarta: Erlangga, 2008.

Kusumadewi, Rita dan Intan Lestari, “Pengaruh *Emotional Marketing* dan *Spiritual Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi”, *Jurnal Al Amwal* 9, no. 2, (2017) - 12 Desember, 2018 - <http://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal/article/view/1749>.

Lopumeten, Rotsmi Natalia dan Sefnat Kristianto Tomaso, “Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal SOSOQ* 6, no. 1 (2018) - 12 Desember, 2018 - <http://ojs.unpatti.ac.id/index.php/sosoq/article/download/228/168>.

Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial Aplikasi Program SPSS dan Excel* Media Ilmu Press, 2014.

Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kudus, STAIN Kudus, 2009.

Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

Ningsih, Ekawati Rahayu, *Perilaku Konsumen*, Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.

Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

Panjaitan, Doan Fortio, “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Variabel Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Online Internasional & Nasional* 4, no.1 (2017) - 1 Januari, 2019 - <http://journal.u45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/711>.

Prasetijo, Ristiayanti dan John J.O.I Ihalaaw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi, 2004.

Pratiwi, Vima Dwi Estining, “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Bank Syariah

- Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara)”, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- Priyatno, Duwi, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Rido, Elen dan Sutrisno Wibowo, “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Emotional Branding* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek (Survei Konsumen Operator Simpati di Yogyakarta)”, *Jurnal ekonomi* 7, no. 2, (2016) - 24 Februari, 2019 - <http://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3909/3377>.
- Rini, Endang Sulistya dan Yeni Absah, “Analisis Penciptaan Loyalitas Melalui Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Rasional, Emosional, dan Spiritual Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Utama Medan”, *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1, (2015) - 12 Desember, 2018 - <http://ejournal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/1504>.
- Rini, Erma Sulisty, “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di STIKOM Bali”, *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA* 6, no.2, (2016) - 12 Desember, 2018 - http://ereseach.stikom-bali.ac.id/admin/files/publikasi_files/5f800b450b7888f9b9c5deefcd176690.pdf.
- Sari, Mareta Kemala, “Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Pra Bayar Simpati Telkomsel”, *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat* 1, no. 1, (2012) - 24 Februari, 2019 - <https://media.neliti.com/media/publications/43061-ID-pengaruhpenerapan-experiential-marketing-terhadap-loyalitas-konsumen-kartu-pra.pdf>.

Setiadi, Nugroho J., *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Siregar, Syofian, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

Standar Prosedur Operasional (SPO) KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah.

Sudarmanto, Gunawan, *Analisis Regresi Linear Berganda dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2009.

Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*, Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2013.

Suwarto, *Statistik Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.

Tauli, Osin dan Marhadi, "Pengaruh *Emotion Marketing* dan *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Loyalty*

Pondok Khas Melayu di Pekanbaru”, *Jurnal Ekonomi* 20, no 4, (2012) - 24 Februari, 2019 - <https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/1185/1176>.

Tika, Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Umar, Husein, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002.

Umar, Husein, *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 2001.

