

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Alma, Buchari. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ari Setyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Biedenbach, G., & Marell, A. (2010). The Impact of Customer Experience on Brand Equity in a B2B Services Setting. *Journal of Brand Management*, 17(6), 446-458.
- Cetin, Gurel dan Andrew, Walls. (2015). *Understanding the Customer Experiences from the Perspective of Guests and Hotel Managers: Empirical Findings from Luxury Hotels*
- Danang Sunyoto, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS.
- Diller, S., Shedroff, N., & D. Rhea. (2006). *Making Meaning: How Successful Businesses Deliver Meaningful Customer Experiences*. California: Berkeley.
- Gentile, C., Nicola Spiller, & Giuliano Noci. 2007. *How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer*. *European Management Journal* Vol. 25, No. 5.
- Grundey,Dainora. (2008). Experiential Marketing vs Traditional Marketing.The Romanian Economic Journal Year XI no.29
- Meyer, C., and Schwager, A. (2007). *Understanding customer experience*. Harvard. Business Review.
- Nasermoadeli, Amir., Choon-Ling, Kwek., Maghnati, Farshad. (2012). *Evaluating the Impact of Customer Experience on Repurchase Intention*. *International Journal of business and management* vol.8, No.6 2013
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Rini, E.S. (2009). “Menciptakan pengalaman konsumen dengan experiential marketing”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Robinnete, S., & C. Brand. (2008). *Emoticon marketing*. US : McGraw Hill

- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Seddon, J., & Sant, R. (2007). Increasing Business Value through Improved Customer Experiences. *E-Perspectives*, December. Diakses pada tanggal 15 November 2019 dari <http://www.millwardbrown.com>.
- Smilansky, S. (2018). *Experiential Marketing second edition*. UK. CPI Group
- Smilansky, S. (2009). *Experiential marketing: a practical guide to interactive brand experiences*. London: Koogan Page.
- Smith, S., & Wheeler, J. (2002). *Managing The Customer Experience: Turning Customers Into Advocates*. Great Britain: Pearson Education Limited.
- Solomon, Michael. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, (cet. Ke-11). New Jersey: Prentice-Hall.
- Spillane, James J. (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah, dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.-
- Sudaryono. (2016) *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (cet. ke- 18)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumber: Data Olahan Penulis

Sumber: Data Tahunan Perusahaan

- Terblanche, N. S. (2009). Customer Experiences, Interactions, Relationships and Corporate Reputation. *Journal of General Management*, 35(1).
- Tetanoë, Vinsensius Ronald. (2014). Pengaruh Customer Experience Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service (CAPS).
- Hatane, Samuel dan Widya, Yerima (2018) *Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dimoderasi Oleh Media Social Pada De Mandailing Cafe Surabaya* *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Universitas Kristen Petra. Vol 5, No 2 Diakses pada tanggal 15 November 2019 <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/7328>
- Hendarsono, Gersom. (2013). Analisis Pengaruh Experience Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Café Buntos 99 Sidoharjo. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Hijjah, Risalatin dan Ardiansari, Anindya (2015). Pengaruh *Customer Experience dan Custoemr Value* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* . *Management Analysis Journal* 4 (4)
- Hollyoake, M. (2009, September). *Customer Experience in B2B Environment*. Diakses pada tanggal 29 November 2019 www.springboardcs.com/articles/uploads/CxP_IN_B2B.pdf
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Principles Of Marketing*, (cet. ke-14), New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemet*. (cet. ke-15), Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. (cet. ke-15), Global Edition. Pearson.

- Lars Grondholdt Anne Martensen Stig Jorgensen Peter Jensen. 2015. *Customer Experience Management and Business Performance, International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 7 Iss 1 pp
- Wahid, Abdul. (2015). Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami. Skripsi.
- Wardhana, Reza Eka. (2016) *Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 4 No 3.
- Watkins, H. (2007). How to Drive Loyalty Through Fantastic Customer Experiences. *Kae: Marketing Intelligence*.
- Zeithaml, Valarie A and Bitner. (2000). Service Marketing (cet. ke-2), Integrating Customer Focus. New York. McGraw-Hill Inc.
- <https://id.techinasia.com/bobobox-hotel-kapsul-gunakan-teknologi>
- <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/586610/untuk-pelancong-milenial-bobobox-luncurkan-dua-hotel-kapsul-dii-jakarta> diakses tgl 28 januari 2020
- <https://teknologi.bisnis.com/read/20190306/266/896791/bobobox-raih-pendanaan-pra-seri-a-rencana-ekspansi-ke-11-kota> diakses tgl 28 januari 2020
- <https://www.dealstreetasia.com/stories/bobobox-alpha-jwc-123952/> diakses tgl 28 januari 2020
- <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3920979/5-tempat-wisata-di-kota-bandung-yang-keren-dan-populer-serta-layak-untuk-dikunjungi> diakses tgl 28 januari 2020
- https://www.instagram.com/bobobox_id/ diakses tgl 29 Agustus 2020
- https://twitter.com/bobobox_id diakses tgl 29 Agustus 2020