

No. 321/ UN. 40. A7. D1/ PI/ 2019

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN ONE EIGHTY COFFEE BANDUNG PADA *PLATFORM*  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia



**Disusun Oleh:**

Monna Fathya Osmond Putri

(1501031)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2019**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN**  
**PELANGGAN ONE EIGHTY COFFEE BANDUNG PADA PLATFORM**  
**INSTAGRAM**

**Monna Fathya Osmond Putri**

1501031

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh :

Dosen Pembimbing I

28/08/19



Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak.MBA  
NIP : 197403072002122005

Dosen Pembimbing II



Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM  
NIP : 197610112005012002

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM  
NIP : 197610112005012002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**  
**BANDUNG**

2019

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN ONE EIGHTY COFFEE BANDUNG PADA PLATFORM  
INSTAGRAM**

**Oleh**  
**Monna Fathya Osmond Putri**  
**1501031**

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

© Monna Fathya Osmond Putri 2019  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Agustus 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan One Eighty Coffee Bandung pada platform Instagram**" beserta seluruh isinya adalah sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatukan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran keilmuan karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2019  
Yang membuat pernyataan

**Monna Fathya Osmond Putri**

NIM : 1501031

## ABSTRAK

### **Monna Fathya Osmond Putri (1501031) “Pengaruh *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan One Eighty Coffee Bandung pada Platform Instagram**

Industri di bidang kuliner merupakan industri yang sangat menjanjikan di Indonesia. Keberagaman ciri khas di bidang kuliner yang beragam membuat para pebisnis kuliner membuat strategi demi strategi agar bisnis yang di kelola berbeda dari bisnis yang lain. *Customer Experience* merupakan strategi yang sesuai dengan keberagaman ciri khas yang di bangun oleh para pebisnis kuliner terutama untuk meningkatkan kepuasan para pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Customer Experience*, mengetahui Kepuasan Pelanggan, dan mengetahui pengaruh *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu, metode yang digunakan adalah deskriptif dan verivikatif dengan respondennya adalah *followers* instagram One Eighty Coffee Bandung sebanyak 100 responden. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Kuesioner disebarakan dengan Google Form melalui media sosial Instagram.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran *Customer Experience* dan Kepuasan Pelanggan baik di mata responden. Hasil penelitian lainnya juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, One Eighty Coffee Bandung dapat memaksimalkan kinerja terhadap pelayanan pelanggan, seperti ketepatan dalam pengerjaan pesanan pelanggan, tidak terlalu membuat pelanggan menunggu terlalu lama untuk sebuah makanan, memperbaiki tata letak *eksterior* maupun *interior design*, menjaga kebersihan *wet area* agar pelanggan lebih merasa puas dan tingkat kepuasannya akan selalu bertambah.

Kata Kunci : *Customer Experience*, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

### **Monna Fathya Osmond Putri (1501031) "*The Influence of Customer Experience on One Eighty Coffee Bandung Customer Satisfaction on the Instagram Platform*"**

*The culinary industry is a very promising industry in Indonesia. The diversity of distinctive features in the diverse culinary field makes culinary business people make strategy after strategy so that the business being managed is different from other businesses. Customer Experience is a strategy that is in line with the diversity of characteristics that are built by culinary business people, especially to increase the satisfaction of their customers.*

*This study aims to determine Customer Experience, know Customer Satisfaction, and determine the effect of Customer Experience on Customer Satisfaction. Therefore, the method used is descriptive and verification with the respondent being Instagram Eighteen Coffee Bandung followers of 100 respondents. The sampling technique in this research is to use the non probability sampling method. The questionnaire was distributed with Google Form through social media Instagram.*

*The results of this study indicate that the picture of Customer Experience and Customer Satisfaction is good in the eyes of respondents. Other research results also indicate the influence of Customer Experience on Customer Satisfaction. To improve customer satisfaction, One Eighty Coffee Bandung can maximize the performance of customer service, such as the accuracy in processing customer orders, not too make customers wait too long for a meal, improve the layout of the exterior and interior design, maintain cleanliness of the wet area so that customers feel more satisfied and the level of satisfaction will always increase.*

*Keywords: Customer Experience, Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiat Allah SWT. Atas segala limpahan rahmat, anugerah, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan One Eighty Coffee Bandung Pada Platform Instagram”**

Shawalat beserta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Aamiin. Adapun tujuan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian Sarjana Ekonomi program studi Manajemen pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Untuk itu penulis memohon maaf atas kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk lebih meningkatkan kemampuan dan kualitas penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si, selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Rahayu, MP, selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM, selaku Ketua Program Study Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang senantiasa memberikan arahan, masukan, dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE., AK., MBA, selaku pembimbing I yang senantiasa membimbing, meluangkan waktu serta memberikan masukan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Dr. Heny Hendrayati,S.IP., MM, selaku pembimbing II yang senantiasa membimbing, meluangkan waktu serta memberikan masukan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Program Studi Manajemen yang telah mendidik dan membekali ilmu kepada penulis baik selama masa perkuliahan maupun diluar perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta dan tersayang. Mami Ane Maryonah dan Alm. Papa Momon Suherman. Terimakasih banyak atas segala ketulusan yang ada di dalam setiap doa, sujud, ridho serta kasih sayang yang tiada henti, selalu memberikan nasihat, dukungan, semangat sekaligus menjadi teman untuk bercerita dan berkeluh kesah baik senang maupun sedih. Sangat bangga dan bersyukur memiliki orang tua seperti Mami dan Alm. Papa. Skripsi ini saya persembahkan khusus untuk kedua orang tua tercinta dan tersayang.
8. Adik tersayang, Marcel Osmond Putra. Terima kasih atas segala dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat dari semester awal perkuliahan, Widya Prams, Widya Okta, dan Ditta D Hanifah. Terima kasih atas dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis selama ini. Sayang kalian, semoga sukses selalu.
10. Sahabat *deep talk*, Desti Komala Sari, Nurina Fauziah, Shara Balqis, Rifqi Azkaputra, Faizana Priyatna, dan Helen. Terima kasih atas dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis selama ini. Sayang kalian, semoga sukses selalu.
11. Sahabat dai SMA, Regina, Vivi, Febi, Mega, Tisyha, Nadya, Dhiya, Tinta, Gita, Ani, Adi, Fakhri, Bagas, Aji. Terima kasih atas dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis selama ini.
12. Teman seperbimbingan, Disty, Rico, dan Nia. Terima kasih atas dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis selama ini.



13. Teman teman konsentrasi Manajemen Pemasaran 2015.  
Terimakasih atas semangat dan dukungan selama perkuliahan ini.

14. Teman teman Manajemen 2015, yang namanya tidak dapat disebutkan satu-satu. Terimakasih atas keceriaan, tawa, suka dan duka yang telah kita bagi bersama dalam setiap kenangan. Senang bisa mengenal kalian semua, semoga kesuksesan menyertai kalian.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai segala usaha kita. Aamiin.

Bandung, Agustus 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 <i>Customer Experience</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Metode dan Desain penelitian yang digunakan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
3.2.1 Metode Penelitian yang digunakan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	

3.2.2	Desain Penelitian yang Digunakan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Operasionalisasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1	Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2	Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.3	Teknik Sampling .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1	Uji Validitas Kuesioner Penelitian.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Rancangan analisis data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2	Analisis Verifikatif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8	Uji Asumsi Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9	Analisis Korelasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.10	Analisis Regresi Sederhana.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.11	Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Profil Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Deskripsi Umum Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2	Deskripsi Customer Experience ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3	Deskripsi Kepuasan Pelanggan ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4	Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.5	Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	10

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Industri Kreatif di Indonesia .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.2 Data Pengguna Internet di Indonesia ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.3 Industri kreatif di bidang kuliner yang lahir di Bandung ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.4 Sosial Media yang sering digunakan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.5 Laman Instagram One Eeighty Coffee..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.6 Komentar Ketidak Puasan Pelanggan One Eighty Coffee ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.1 Tahapan Proses Pembentukan Customer Experience ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.2 Konsep Kepuasan pelanggan .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.4 Paradigma Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3.1 Contoh Garis Kontinum .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.1 Profil Perusahaan.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.2 Hasil Kontinum *Customer Experience*..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.3 Hasil Kontinum Kepuasan Pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Jumlah Kategori industri kuliner di Kota Bandung tahun 2017 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.2 Teknik Pengumpulan Data.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X (*Customer Experience*).....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel *Customer Experience* dan Variabel Kepuasan Pelanggan.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.6 Koefisien Korelasi.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia . **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Per Bulan .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Sumber Informasi yang didapat tentang One Eighty Coffee Bandung ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Frekuensi berkunjung ke One Eighty Coffee Bandung dalam sebulan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Berapa lama menghabiskan waktu di One Eighty Coffee Bandung ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan ke Cafe selain One Eighty Coffee Bandung dan Penghasilan Perbulan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7 *Customer Experience* berdasarkan *Cognitive Experience* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8 *Customer Experience* berdasarkan *Affective Experience* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 *Customer Experience* berdasarkan *Social Experience* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 *Customer Experience* berdasarkan *Physical Experience* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Penelitian *Customer Experience*..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12 Kepuasan Pelanggan berdasarkan Kinerja ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Penelitian Kepuasan Pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Uji Normalitas.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Output Korelasi.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 Koefisien Korelasi .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.18	Output Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.19	Output Koefisien Regresi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.20	Nilai Signifikansi Uji T.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Administratif dan Catatan Bimbingan
- Lampiran II : Kuesioner
- Lampiran III : Format Kuesioner Tertutup menggunakan Google Docs
- Lampiran IV : Data Olaharan dan Output SPSS
- Lampiran V : Riwayat Hidup



## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., Kumar, V, Dat, George S. (2012). *Marketing Research*. New York : John Wiley & Sons
- Andajani, et al. 2015. *Customer Experience Model: Social Environment, Retail Brand, and Positive WOM*. *Research in Business and Management*, Vol. 2, No. 1, pp, 25-11
- Kinney, Thomas C., dan Taylor, James R. 2003. *Riset Pemasaran* edisi 3. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2001). *Principle of Marketing (9<sup>th</sup> Ed.)* New Jersey: Prentice Hall Inc
- Kotler And Amstrong (2014) . *Principles of Management (15<sup>th</sup> edition)* . Harlow, Pearson
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> ed. Global Edition. Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15<sup>th</sup> ed)*. United States: Pearson.
- Lokito, Sheila Amanda, Diah Dharmayanti, SF., MSi., CPM (2013) “*Analisis Pengaruh Experiential Marketing dan Customer Satisfication terhadap Customer Loyalty*” Scholar research Surabaya: Universitas Kristen Petra
- Lululangi, Irene Rosa (2014) “*Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen*” Scholar research Semarang: Universitas Diponegoro
- Malhotra, N. K. (2014). *Riset Pemasaran (Ed. 4)*. Jakarta: PT. Indeks
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). *Understanding Customer Experience*. *Harvard Business Review*, 2. Page : 117 - 126
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta
- Peter, J. Paul and Olson, Jerry C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba empat.
- Saridevy, Sarah Shinta (2014) “*Experiential Marketing di Saung Angklung Udjo*” Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Shaw, C., % Ivens, J. 2002, *Building Great Customer Experience*. New York: Mac Millan

- Schmitt, B.H (2004). *Experiential Marketing: How to get customer to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*, New York: free press
- Schmitt, B.H (2003) *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach Connecting With Your Customers*: John Wiley and Sons. Page 18,62,114-144
- Suwono, Anthoni. 2011. *Customer Experience dan Kaitannya dengan Loyalitas Konsumen Hoka Hoka Bento: Perpektif B2C*. Tesis (Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia)
- Social Daily. (2016). Survei Mastel-APJII: Pengguna Internet Butuh Campur Tangan Pemerintah Lindungi Privasi dan Data Pribadi. Melalui <https://dailysocial.id/post/survei-mastel-apjii-pengguna-internet-butuh-campur-tangan-pemerintah-lindungi-privasi-dan-data-pribadi>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno., & Sutarso, Y. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujarweni, V.W. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- TheStartup. (2018). 12 Social Media Marketing Trends to Follow in 2019. Melalui <https://medium.com/swlh/12-social-media-marketing-trends-to-follow-in-2019-af2749d8019e>
- Prastyaningsih, Ayu Sari, Imam S., Edy Y. 2014. *Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention (Survei pada Konsumen KFC di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpiring, Lamongan. Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya. Vol 16 no. 1. Page: 1-8*
- Prasetya, Dita (2015) *“Pengaruh Strategi Experiential Marketing dan Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas”* Scholar research Yogyakarta: Univeritas Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy (2008) *Strategi Pemasaran* (edisi 3). Yogyakarta. Cv. Andi offset
- Yangm Zi-Yang and He, Ling Yun, 2011. *Goal, Customer Experience and Purchase Intention in a Retail Context in China: An Empirical Study*. African Journal of Business Management vol. 5 (16). Page 6738:6746

[www.experientalforum.com](http://www.experientalforum.com) yang diakses pada tanggal 15 Oktober 2018

[bandungkota.bps.go.id](http://bandungkota.bps.go.id) yang diakses pada tanggal 20 Oktober 2018

[dataekonomindo.blogspot.com](http://dataekonomindo.blogspot.com) yang diakses pada tanggal 16 Oktober 2018

[ccsl-customercompany.com](http://ccsl-customercompany.com) yang diakses pada tanggal 16 Oktober 2018

[id.techinasia.com](http://id.techinasia.com) yang diakses pada tanggal 16 Oktober 2018

[inet.detik.com](http://inet.detik.com) yang diakses pada tanggal 28 Oktober 2018

[Infobdg.com](http://Infobdg.com) yang diakses pada tanggal 16 Oktober 2018

[Blog.ub.ac.id](http://Blog.ub.ac.id) yang diakses pada tanggal 2 Februari 2019

[Thesis.binus.ac.id](http://Thesis.binus.ac.id) yang diakses pada tanggal 7 Februari 2019

[Media.neliti.com](http://Media.neliti.com) yang diakses pada tanggal 11 Februari 2019

[Digilib.uinsby.ac.id](http://Digilib.uinsby.ac.id) yang diakses pada tanggal 11 Februari 2019

[Kompasiana.com](http://Kompasiana.com) yang diakses pada tanggal 1 April 2019