

DAFTAR PUSTAKA

- Alaan, Y. (2016). Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan assurance) terhadap Customer Satisfaction : Penelitian pada Hotel Serela Bandung. *Jurnal Manajemen*, 255-270.
- Astari, W. F., & Pramudana, K. A. (2016). Peran Experiential Value dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 16-30.
- Dominiq, A., Yuniarto, A., & Ellitan, L. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention pada Kafe Kopi Janji Jiwa di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 52-61.
- Febrini, I. Y., PA, R. W., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 35-54.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiwidjaja, R. S., & Dharmayanti, D. (n.d.). Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-11.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Ai, E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning Emea. Copyright.
- Hapsari, A., & Achmad, F. (2017). Pengaruh Experiential Marketing sebagai Suatu Strategi dalam Menciptakan Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas (Survei Pada Pelanggan Waroeng Spesial Sambal “Waroeng Ss” Cabang Sengkaling, Kota Malang) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 103-114.
- Hong, B., & Brahma, R. K. (2014). Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pelanggan di Resto Buro Bar Surabaya . 1-11.
- Indrasari, D. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing Management*. In *Marketing Management*. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, Kevin Lane. (2012), *Marketing Management*, 14 th Edition, ISBN:978-0-13-210292-6, Global Edition, England: Published by Pearson Education Limited. Publishing as Prentice Hall
- Law, C. C., Zhang, Y., & Gow, J. (2022). Airline service quality, customer satisfaction, and repurchase Intention: Laotian air passengers’ perspective . <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2022.02.002>.
- Lokito, S. A., & Dharmayanti, D. (2016). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya.

- Mailoor, T. R., Massie, J. D., & Tawas, H. N. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Repurchase Intention melalui Kepuasan Konsumen Mobil Wuling Pada PT Kumala Cemerlang Abadi Wuling Motors Tomohon. *EMBA*, 1644-1654.
- Nacincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *jurnal Agora*.
- Noor, Z. Z. (2020). The Model of Experiential Marketing, Service Quality and Customer Loyalty. pp. 192-199.
- Nugraha, J. P., & dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management .
- Nurjaya, & Waskita, N. I. (2021). Menciptakan Pengalaman Konsumen dengan Experiential Marketing. *Agrosience*, 89-100.
- Nyarmiati, & Astuti, S. R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image, dan Perceived Value terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Banteng BaBe Kabupaten Pati. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Octaviana, R. A., & Nugrahaningsih, H. (2018). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Meratus Line Jakarta). *Media Manajemen Jasa*, 57-72.
- A Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Volume 64, Pp 12-40.
- Prasetyo, D. W., & Wasis. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap loyalitas konsumen dan dimediasi oleh kepuasan konsumen. *Jurnal Management and Business Review*, 71-82.
- Rahayu, D., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2016). Experiential Marketing dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) (Survei pada Pelanggan Warung Coto Abdullah Daeng Sirua, Kota Makassar). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 197-203.
- Rhea, D. (2015). *Experiential Marketing: A New Framework for Design and Communications* By Bernd Schmitt. Design management Institute.
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Online terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 47-56.
- Sarapung, S. A., & Ponirin. (2020). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Skin Origin Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 177-185.
- Schmitt, B.H. (1999), *Experiential Marketing : How To Get Customers To Sense, Feel, think, Act, and Relate to Your Company and Brands*, The Free Press, New York Marketing.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A SkillBuilding Approach (7th Ed.)*. Chichester, West Sussex, United Kingdom John Wiley & Sons.
- Setyono, D., Widyanata, O. Y., Siaputra, H., & Jokom, R. (n.d.). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Konig Coffee & Bar.
- Sinollah, & Masruro. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Serqual-Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada toko Mayang Collection Cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 45-64.
- Smilansky, S. (2009), *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, London and Philadelphia: Kogan Page*.
- Solomon, R., Michael. (2018), *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*. England. *Associated Companies throughout the word*.
- Syachadi, N. D., & Widyastuti. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Niat Mengunjungi Kemabli Rumah Makan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 966-978.
- Urdea, A. M., Constantin, C. P., & Purcaru, I. M. (2021). Implementing Experiential Marketing in the Digital Age for a More Sustainable Customer Relationship. *MDPI*, 1-17.

