

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S., & Tarun, M. T. (2019). Experiential Marketing and Customer Satisfaction: A Study on the Restaurant Industry of Bangladesh. *Asian Business Review*, 9(1), 43–48. <https://doi.org/10.18034/abr.v9i1.251>
- Amrullah, W. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Sengkaling Kuliner “Sekul” Malang. *Manajemen Bisnis*, 7(2), 1–11. <https://doi.org/10.22219/jmb.v7i2.7006>
- Andrew, J., Howard, K., Harianto, A., & Petra, U. K. (2019). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP. 1.*
- Andrianto, D. G. (2017). *Pengaruh Penerapan Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Intervening Variable (Studi Pada The Bagong Adventure Museum Tubuh)*. 5(2).
- Astriana, A. (2019). Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening: pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas (studi pada pelanggan molak malik cafe kota pasuruan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 1145–1153.
- Callvella, V. (2020). *Rawon, Makanan Khas Jawa Timur Yang Bercita Rasa Khas Dan Berempah.*
- Ferdinand, A.2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi kedua, *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*
- Ferdinand, Augusty T., 2002, *Kualitas strategi pemasaran: sebuah studi pendahuluan*, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. I, No.1, (Mei),p.107-119
- Husna, N. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada waroeng kampoeng AG ONE Tulungagung (Vol. 21, Issue 1).*
- Hellier, Phillip K., et al. 2002. *Customer Repurchase Intention. European Journal of Marketing*, 37 (11/12), pp: 1762-1800

- Jogianto, & Abdilah. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS untuk Alternatif SEM*. Yogyakarta: Farisma Indonesia
- Kuriyawati, W., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2018). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Konsumen Wedangan di Mojosoongo Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(1), 13–23.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran: Buku 1 Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lamongi, J., Loindong, S. S. R., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di J.CoDnuts Dan Coffee Manado Town Square Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3038–3047. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21217>
- Noor, L. K., Rahmawati, R., & Kuleh, Y. (2020). the Influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As an Intervening Variable for Mahakam Lantern Garden Visitors. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research(IJEBAR)*,4(03),54–61. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1286>
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang*. 2(202), 43–54.
- Reynard Oliy, K., & Nurcaya, I. (2016). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Tiket Pesawat Pada Pt Jasa Nusa Wisata Denpasar. *None*, 5(8), 251455.
- Rizki Sukmaputra, E. (2012). The Influence of Experiential Marketing and Customer Satisfaction toward Customer Loyalty on Cipanas Hot Spring Garut. *Asian Social Science*, 9(1), 262–270.
- Ronald, V. (2009). Pengaruh experiential marketing terhadap pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Skripsi*, 1–95.

- Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Africa 's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9 (AMDK)), 1689–1699.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Solimun. (2002). *Multivariate Analysis Structural Equation Modeling SEM*. Lisrel dan Amos Fakultas MIPA
- Tjiptono F, (2004), *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy offside
- Widi Dewi Ruspitasari. (2016). *Nostalgia , Nilai , dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan*.
- Wijaya, A., & Subagio, H. (2014). Analisis Pengaruh experiential Marketing Terhadap Repeat Purchase Dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediating Variable Di De Mandailing Cafe UC Boulevard Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.