

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, D. G. (2017). *Pengaruh Penerapan Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Intervening Variable (Studi Pada The Bagong Adventure Museum Tubuh)*. *Jurnal Ilmiah Mhasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2).
- Anggriana, Rina, Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2).
- Arismunandar, T. M., Hartoyo, H., & Krisnatuti, D. (2019). *The Influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty of Corner Coffee Shop in Langsa*. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 16(1), 77–85. <https://doi.org/10.17358/jma.16.1.77>
- Azizah, & Widyastuti, A. (2013). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati.
- Bailia, J. F., Supandi Soegoto, A., & Serulo Loindong, S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. *EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Bahri, S. (2021). Analisis Perbandingan Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Dan Kober Mie Setan Di Kota Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Christian, A., & Dharmayanti, D. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty The Light Cup di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–13.
- Chrisanti, Bella, Puspa Sari. (2018). Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan. “Bella Chrisanti Puspa Sari, 2018.” 1–8.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Gentile, Spiller, & Noci. (2017). *How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer*. 25(5), 395–410.
- Ghofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10).

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, G. R., Veloutsou, C., Goode, M. M. H., & Moutinho, L. (2004). *Measuring Customer Satisfaction In The Fast Food Industry: A Cross-National Approach*. *Journal If Services Marketing*, 18(5).
- Gorondutse, A. H., & Hilman, H. (2014). *Mediation Effect Of Customer Satisfaction On The Relationships Between Service Quality And Customer Loyalty In The Nigerian Foods And Beverages Industry: Sobel Test Approach*. *International Journal of Management Science and Engineering Management*, 9(1), 1–8.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan (Cetakan Kedua)*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Herwinda, & Sulandari. (2017). Inovasi Pelayanan Publik di Balai Pelayanan Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (Bp3Tki) Semarang. *Jorunal of Public Policy and Management Review*.
- Iswantami, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Food & Beverage Di I-Club Madiun. *Skripsi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Lupioyadi. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Morissan. (2014). *Metode Penelitian Survei (Cetakan Kedua)*. Kencana.
- Namin, A. (2017). *Revisiting Customers' Perception of Service Quality in Fast Food Restaurants*. *Jorunal of Retailing and Consumer Services*, 34, 70–81.
- Nasermoadeli, A., Ling, K., & Maghnati, F. (2013). *Evaluating The Impact Of Customer Experience On Purchasing Intention*. *International Journal of Business and Management*, 8(6).

- Parasuraman, Valarie, Zeithaml, & Berry, L. (2017). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*.
- Prasetio. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Rahman, A., & Hendarwan, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Seoul Korean Restaurant Di Palembang. *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Infomatika Komputer*, 7(1). <https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i4.540>
- Rahman, A., Yuniarti, P., & Aprilia, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Setya Kuliner Mandiri Jagakarsa Jakarta Selatan. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 5(2), 191–196. <https://doi.org/10.33480/jitk.v5i2.1098>
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). *Internet Banking Service Quality, E-Customer Satisfaction And Loyalty: The Modified E-SERVQUAL Model*. *The TQM Journal*, 32(6), 1443–1466.
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Sasongko, F., & Subagio, H. (2003). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552003000200015>
- Schmitt. (1999). Experiential Marketing. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 37–41.
- Schmitt, & Zarantonello. (2013). *Consumer Experience And Experiential Marketing: A Critical Review*. In *Review of Marketing Reseach*, 10.
- Serhan, M., & Serhan, C. (2019). *The Impact Of Food Service Attributes On Customer Satisfaction A Rural University Campus Environment*. *International Journal of Food Science*.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Thielemann, Ottenbacher, & Harrington. (2018). *Antecedents and Consequences of Perceived Customer Value In The Restaurant Industry*. *International Hospitality Review*, 32(1), 26–45.
- Tjiptono. (2012). *Pemasaran Strategik*.
- Tjiptono, F. (2023). *Service , Quality & Satisfaction*. March.

- Tussifah, H., & Navitsha, N. P. (2021). *The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at Roya Café Mantingan*. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(1), 69–86. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i1.10350>
- Welsa, H., Cahyani, P. D., & Riyana, R. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akutansi*, 24(2), 433–445. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10848>
- Zena, & Hadisumarto. (2013). *The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*. *ASEAN Marketing Journal*, 4(1), 37–46.