

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. L., & Immanuel, D. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Cucu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 4(3), 360-371.
- Amelia, W. R. (2017). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan pada Rumah Makan Beringin Indah Pematang Siantar. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 50–60.
- Aryadhe, P., & Rastini, N. M. (2016). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang di PT.Agung Toyota Denpasar. E-*Jurnal Manajemen Unud*. Universitas Udayana. Vol. 5 No. 9, 2016:5695-5721
- Ayuningrum, S. (2016) “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Sebelumnya, Kepercayaan Konsumen, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Dalam Transaksi Belanja Online (Studi Pada Pembelian Produk Fahion di Area Semarang)”, (Jawa Tengah: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)
- 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.
- Devi, I. P., Kusuma, A. E. T., & Rihayana, G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli di Warung Dekade. *Jurnal Values*, 1(2), 129–138
- Dewi, Z. K., & Karneli. O. (2018). Pengaruh Bauran Promosi dan Perusahaan Terhadap Minat Beli Kembali Produk Vizcake Pekan baru. *Jom Fisip*. Universitas Riau. Vol. 5 Edisi I Januari – Juni 2018
- Ghozali, I. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9, A. Tejkusumo ed 9th ed.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi ke 8) (C. ke VIII (ed.); Cetakan ke)*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *Performa*, 5(4), 303–310. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1785>

- Hadiwidjaja, R. S., & Dharmayanti, D. (2014). Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 1–11.
- Hendarsono, G. (2013). Analisa pengaruh Experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen cafe buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Hermawan, Iwan. 2019. Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantatif, Kualitatif, dan Mixes Methode. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Jannah, D. A. M., Andriani, N., & Arief, M. (2014). Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 53–64.
- Kasmir. 2018. Kewirausahaan Ed. Revisi, Cet. 12. Depok : Rajawali Pers.
- Kharolina, I., & Transistari, R. (2022). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 185.
- Kotler, P., & Armstrong. G. (2011). Principle Of Marketing, Thirteen Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller. K. L. (2012). Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Bandung : Erlangga.
- Kurniawan, D. E. A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh International Brand Image dan Persepsi Harga Minat Penggunaan Ulang (Survei pada Konsumen Layanan GrabCar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 9–16.
- Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Padarumah Makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180–186.
- Laksana, Muhammad Fajar. 2019. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Jawa Barat: Khalifah Mediatama.
- Lamongi, J., Loindong, S. S. R., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di J.Co Donuts Dan Coffee Manado Town Square Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3038–3047.
- Muharam, R., Juanna, A., & Radji, D. L. (2018). Pengaruh Experiential Marketing

- Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada PT Karsa Utama Lestari. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 55-72.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, 23rd ed.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke 2). PT Alfabet.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2th ed.). Yogyakarta: Andi.
- .Vidianti, E., Bintarti, S., Maskuri, ; Ali, & Purnamasari, P. (2022). *Pengaruh Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dengan Dimoderasi oleh Harga dan Variasi Produk pada Makanan Siap Saji KFC (Studi Kasus pada Makanan Siap Saji Merek KFC di Wilayah Kabupaten Bekasi) The Influence of Level of Customer Satisfac*. November, 89–97. <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/prc35>
- Wen, C., Prybutok, V. R., & Xu, C. (2011a). The Keep An integrated model for customer online repurchase intention An Integrated Model For Customer Online Repurchase Intention. Taylor & Francis, January. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08874417.2011.11645518%0A> http://thekeep.eiu.edu/business_fac%0Ahttp://thekeep.eiu.edu/business_fac/8
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>