

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta.
- Anggraini, N., & Silitonga, P. (2019). Pengaruh Publisitas, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cyclo Coffee \& Apparel. *Eduturisma*, 3(2), 1–16. <http://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1191>
- Asbar, Y. (2020). Analisis experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan ayam penyet di kota Lhokseumawe. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(1), 39–47. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10890100>
- Aulia, R., Syamsudin, A., & Sintani, L. (2023). Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pelanggan Cafe One More Palangka Raya). *Edunomics Journal*, 4(2), 177–189.
- Awalukita, C. E., Kusnandar, & Setyowati. (2020). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Restoran Pempek NY. Kamto Di Surakarta. *Jurnal Argista*, 8(4), 27–38.
- Azhar, F. N., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui kepuasan Konsumen Starbucks di Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 528. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.445>
- Bernarto, I. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxx Coffee Benton Junction Lippo Karawaci, Tangerang, Banten. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35729/jhp.v3i1.38>
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2.6868>
- Cahyo, A. S. T., Tulhusnah, L., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe and Resto Azalea. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(6), 1234. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i6.2174>
- Candra, E., & Ketut Sunaryanto. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Business and Investment Review, 1(5), 109–117.
<https://doi.org/10.61292/birev.v1i5.53>

Darmadi, & Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Bebek Cak Anton Jombang. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(2), 188–196. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i2.5663>

Dewi, T. F., & Abdullah, M. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Eaboss. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 16(1).

Fairuzie, A., Siagian, A., & Stefhani, Y. (2022). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, SERVICE QUALITY DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo) Anggun. *Jurnal Manajemen USNI*, 6(2), 37–52.

Fauzi, B., & Quintania, M. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Management Reviews*, 5(1), 621–631.
<http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>

Febrianti, F. (2023). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PEMEDIASI (Studi Pada Pelanggan Momong Resto Di Kebumen)*. 1–9.

Febrianti, I. N., & Keni, K. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 56.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10400>

Ghozali. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7* (U. D. : Semarang (ed.)).

Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair et al. (2019). *Multivariate Data Analysis. Eighth Edition*. In Annabel Ainscow.

Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 71–88. <https://doi.org/10.56145/ekonomibisnis.v2i2.44>

Imelda Gultom, & Alexander Samosir. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Evony Coffee Shop Siantar. *Manajemen : Jurnal*

- Ekonomi*, 3(1), 56–62. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i1.92>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Rajagrafindo Persada.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management (Edisi 15)*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran (Edisi Mile)*. Prenhalindo.
- Kusuma Wardani, E., Hartono, & Hidayat, M. S. (2022). Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Gartenhutte Cafe Trawas. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(3), 251–262. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i3.76>
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 3)*. Salemba Empat.
- Martoyo & Mahardika. (2020). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Coffee 19 Café (2020). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 465–493. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1539>
- Muljani, N., Katolik, U., & Mandala, W. (2021). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*. 9(2), 210–221.
- Ningrum, S. S., Mardhiyah, A., & ... (2022). Pengaruh Penerapan Experiential Marketing Strategy dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Junction Cafe Medan). ... *and Creative Industry*, 1(2), 13–26. <https://talenta.usu.ac.id/jba/article/view/9557%0Ahttps://talenta.usu.ac.id/jba/article/download/9557/5237>
- Octaviananda, M. I., Ellitan, L., & Kristianti, M. M. (2023). Peran Service Quality Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Coffee Shop Vanko di Surabaya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 238–252. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.2160>
- Prasetyo, D. W., & Wasis, W. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap loyalitas konsumen dan dimediasi oleh kepuasan konsumen. *Management and Business Review*, 3(2), 71–82. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4616>

- Pratiwi, L. A. (2021). *Volume 13 Issue 4 (2021) Pages 684-691 JURNAL MANAJEMEN ISSN : 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening The effect of experiential marketi. 13(4), 684–691. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.10282>*
- Pratiwi, L. A., & Saino, S. (2022). Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen, 13(4), 684–691. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i4.10282>*
- Priansa. (2017a). *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial* (Edisi Pert). Cv.Pustaka Setia.
- Priansa. (2017b). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta.
- Rahman, G., & Rayuwanto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Rumah Makan Rocket Chicken Sampit). *Keizai, 1(1), 39–49. <https://doi.org/10.56589/keizai.v1i1.150>*
- Rizqiningsih, D. U., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Starbucks Coffee Kota Surabaya). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 12(2), 242–256. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i2.3351>*
- Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2(2), 220–235. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>*
- Sekaran & Bougie. (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Membangun Keterampilan*. Edisi ke-7. Wiley & Sons : Sussex Barat.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>*
- Smilansky, S. (2018). *Experiential Marketing A Practical guide to interactive brand experiences (2nd ed.)*. Kogan Page.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :

Alphabet.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alphabet.

Sumiyati, S., & Nugroho, R. (2021). Pengaruh Atmosphere, Keragaman Produk dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Café Combi di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8(1). <https://doi.org/10.29406/jpr.v8i1.2100>

Supangkat, D. A., Arifin, R., & M.Hufron. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Warung Kopi Kedai Singgah Malang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9(7), 1689–1699.

Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi.

Tjiptono & Chandra. (2016). *Pemasaran Strategik*. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono & Diana. (2020). *Pemasaran*. Andi.

Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Kristiani, F. A. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada The Praja Coffee & Resto). *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 173–179. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i1.449>

Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 40–60. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>

Wariani, P., Yacob, S., & Silikhin, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Di Hellosapa Coffee Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(03), 808–818.

Wungkana, J. J., Mangantar, M., & Tulung, J. E. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada 71 Coffeeshop Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 624. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42774>

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>

