

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif (I Nengah Suardhika, Ed. Cv. Noah Aletheia*.
- Agustin, P. D., Hamdun, E. K., & Syahputra, H. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Ikan Kering Ud. Putra Putri Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 2(9), 2040–2057.
- Ahmady, A. C. N., & Wardhani, N. I. K. (2022). Citra Merek, Inovasi Produk Pada Minat Beli Ulang Es Krim Di Sidoarjo. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 5(2), 1118–1125.
- Akoglu, H. E., & Özbek, O. (2022). The Effect Of Brand Experiences On Brand Loyalty Through Perceived Quality And Brand Trust: A Study On Sports Consumers. *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 34(10), 2130–2148. <https://doi.org/10.1108/Apjml-05-2021-0333>
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Perspektif*, 16(1), 39–49.
- Allen, J. G., & Macomber, J. D. (2022). *Healthy Buildings: How Indoor Spaces Can Make You Sick—Or Keep You Well*. Harvard University Press.
- Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B., Akour, I., & Aziz, R. (2022). Does Ble Technology Contribute Towards Improving Marketing Strategies, Customers' Satisfaction And Loyalty? The Role Of Open Innovation. *International Journal Of Data And Network Science*, 6(2), 449–460.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(6), 1370–1379.
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Muslim Sebagai Pemediasi. *Journal Of Business & Applied Management*, 16(1), 79–90.
- Aryamti, A. S., & Suyanto, A. M. A. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Eproceedings Of Management*, 6(1).
- Asfina, W., & Jadmiko, P. (2023). Pengaruh Experiential Marketing, Customer Experience, Dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang

- Produk Ms Glow Dikota Padang (Studi Kasus Masyarakat Kota Padang). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 3(3), 391–395.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1).
- Baidlowi, C. A., Widodo, E., & Sholihin, U. (2024). Pengaruh Direct Marketing, Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Raos Kopi Tulungagung. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 5(8), 32–42.
- Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Konsumen J. Co Donuts&Coffee Buaran Plaza Di Wilayah Jakarta Timur). *Journal Of Management Review*, 5(1), 621–631.
- Budi, I. S., Octavia, A., & Sari, N. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 59–72.
- Chen, T.-T., Wang, S.-J., & Huang, H.-C. (2020). “Buy, Buy Most Americans Buy”: Country Of Reference (Cor) Effects And Consumer Purchasing Decisions. *International Marketing Review*, 37(3), 533–558. <https://doi.org/10.1108/Imr-04-2018-0130>
- Cilesti, I. M., & Nifita, A. T. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan. *Digest Marketing*, 3(2), 22–29.
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pengguna Mobil Toyota Calya Di Kota Bogor Dan Bekasi. *Jshp: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 120–129.
- Damanik, M., Sembiring, B. K. F., Rini, E. S., & Hutagalung, A. Q. (2023). Pengaruh Brand Image, Experiential Marketing, Dan Product Quality Terhadap Customer Loyalty Merek Tropicana Slim Pada Premium Community. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 138–153.
- Darmawan, D., & Grenier, E. (2021). Competitive Advantage And Service Marketing Mix. *Journal Of Social Science Studies (Jos3)*, 1(2), 75–80.
- Dewinta, E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Physical Evidence, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Departemen Store Makassar. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(2), 221–234.

- Dita, A. V., Septianingsih, W. E., & Rahayu, J. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario Di Kecamatan Ambulu. *Growth*, 22(1), 1–16. <https://doi.org/10.36841/Growth-Journal.V22i1.4185>
- Efendi, M. Y., Putri, I. E. E. F., Taqwima, A. P., Subroto, A. A., & Mashudi, M. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Physical Evidence, Experimental Marketing Dan Wom Communication Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Bosque Coffee). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(1), 79–90.
- Ellitan, L., Sindarto, J., & Agung, D. A. (2023). The Influence Of Brand Image And Product Innovation On Customer Repurchase Intention Through The Mediation Of Customer Satisfaction Towards Indomie. *Journal Of Entrepreneurship And Business*, 4(1), 32–45.
- Essardi, N. I., Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2022). Service Quality, Product Diversity, Store Atmosphere, And Price Perception: Determinants Of Purchase Decisions For Consumers At Jumbo Supermarket. *Journal Of Marketing And Business Research (Mark)*, 2(2), 95–104. <https://doi.org/10.56348/Mark.V2i2.52>
- Fauzan, R., Priantono, T. D., & Yuliana, L. (2023). Pengaruh Brand Familiarity Dan Perceived Quality Terhadap Brand Credibility. *Jurnal Cahaya Mandalika Issn 2721-4796 (Online)*, 4(2), 844–855.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I11.P18>
- Febrini, I. Y., Widowati, 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.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro Press.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Gatriyani, N. P., Rohmah, K., Muthmainnah, R., Soegiarto, D., & Setyaka, V. (2023). *Filsafat Ilmu*. Tohar Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam Ibm Spss 26* (10th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. , B. W. C. , B. B. J. , & A. R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (A Global Perspective) (Seventh Ed)*. Pearson Education.

- Hardianto, N., Triana, N. N., & Nadeak, T. (2024). Word Of Mouth Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kafe Kenalin Ini Kopi Di Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 6(2), 436–447.
- Hasan, A. (2018). *Marketing Dan Kasus- Kasus Pilihan*. Caps (Center For Academic Publishing Service).
- Hidayat, S. R., & Suryaningsih, Y. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Tempe (Studi Kasus Pada Ud. Yuzak Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo). *Agribios*, 18(1), 32–44.
- Izzudin, M., Suja'i, Y., & Salim, A. (2022). The Influent Of Experiential Marketing And Store Atmosphere On Customer's Loyalty. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*, 5(2), 11174–11182.
- Julyastini, N. K. D., Maharani, N. P. D. T., Suryantari, I. A. P., Giantari, I. G. A. K., & Ekawati, N. W. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Aplikasi Agoda Di Denpasar). *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 102–116.
- Karlina, K., Firdaus, A. A., & Sunarto, R. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Milo Cheese Di Kopiria Tanah Grogot. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 1(3), 71–83.
- 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.
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. D., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, F., Merung, A. Y., & Nufus, H. (2020). *Prilaku Konsumen (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)*.
- Kotler, P. , & A. G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th Ed.). Erlangga.
- _____. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed.). Erlangga.
- _____. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Indeks.
- Kusuma, A. B., Juanta, A., & Liliani, L. (2020). Pengaruh Perceived Quality, Harga, Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Ulang Produk M&B Di Kota Surabaya. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(4), 472–481.
- Lao, H. A. E. (2020). Manajemen Inovasi Dan Penciptaan Nilai Organisasi. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(1), 235–241.

- Larasati, L., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Physical Evidence Terhadap Repurchase Intention Di Whiz Prime Hotel Padang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 676–682.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi* (3rd Ed.). Salemba Empat.
- Mailoor, T. R. D., Massie, J. D. 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. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1644–1654.
- Mauladdawil, T., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Lazada Di Surabaya). *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(3), 3152–3161.
- Meziane, S. (2023). *The Effect Of Kindergarten Physical Evidence On The Customer's Decision To Repurchase The Service-A Case Study Of Customers Of " Sabri Choueikha" Kindergarten In Oum El Bouaghi City*.
- Mujiatun, S. (2021). The Appeal Of Advertising And Word Of Mouth To Online Shopping Interests On Shopee Application. *International Journal Reglement & Society (Ijrs)*, 2(1), 45–53.
- Nawawi, A., Minarsih, M. M., & Seputra, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Cv Karoseri Laksana (Studi Kasus Cv Karoseri Laksana, Ungaran). *Journal Of Management*, 7(1).
- Ningsih, T., & Suginam, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 5(1), 48–55.
- Othman, L. (2024). Pengaruh Word Of Mouth Dan Digital Marketing (Media Sosial Instagram) Terhadap Minat Beli Ulang Di Re Caffe Platinum Pekanbaru. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(4), 9104–9116.
- Ottoman, D., Soedibyo, Y., & Dananjaya, Y. (2024). Efekk Atmosphere, Experience Marketing Dan Food Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Pembelian Ulang Pada Konsumen Rasa Bunda. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 6(3), 897–906.
- Pine, B. J. , & G. J. H. (2019). *Authenticity: What Consumers Really Want*. Routledge.

- Pradita, K. K., Manullang, R. R., & Mulyani, H. T. S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Buku Gramedia Pangkalpinang. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 10(2), 197–202.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Purnamasari, D. S., & Fadli, J. A. (2023). The Influence Of Perceived Quality On Repurchase Intention With The Mediating Customer Satisfaction And Perceived Value Of Cosmetic Products In Jabodetabek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), 1409–1422.
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I08.P10>
- Putra, R. E., Tresna, P. W., Barkah, C. S., & Chan, A. (2021). The Influence Of Experiential Marketing On Repurchase Intention (Study At Marasoe). *Journal Of Business Studies And Management Review*, 5(1), 124–131.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1651–1667.
- Rifani, A., Albushairi, S. A., & Huda, N. (2018). *Perilaku Konsumen (Teori Dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran)*. Pt Rajagrafindo Persada, Depok.
- Rohman, I. Z. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. *Manajemen Dewantara*, 6(1), 53–60.
- Ruswanti, E., Eff, A., & Kusumawati, M. (2020). Word Of Mouth, Trust, Satisfaction And Effect Of Repurchase Intention To Batavia Hospital In West Jakarta, Indonesia. *Management Science Letters*, 10(2), 265–270.
- Saraswati, N. P. L., Eka, I. G. N. A. G., Kusuma, T., & Jodi, I. W. G. A. S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Minuman Chatime Di Kota Gianyar. *Values*, 3(3), 703–715.
- Sari, T. M., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Di Forty Coffee Purwakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 384–392.
- Sekaran, U. , & B. R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (6th Ed.). Salemba Empat.

- Selim, N., & Kohardinata, C. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bab1. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(3), 252–261.
- Sernovitz. (2012). *Word Of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. Greenleaf Book Grup Press, Austin.
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 3(3), 223–231.
- Setiyaningrum, A., & Jusuf Udaya, E. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Siti Samsiyah, S. E. , L. N. , A. C. D. , A. A. R. , R. G. , & Z. M. (2023). *Perilaku Konsumen*. Mega Press Nusantara.
- Stephanie, S., Syawaluddin, S., Putra, A., & Goh, T. S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Customer Relationship Management Terhadap Minat Beli Ulang Pt. Hasana Makmur Sejati Jaya Medan. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 944–950.
- Sudibyo, A. N., Margo, C., & Andreani, F. (2021). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Perantara Di Domicile Kitchen And Lounge. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 460–474.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (8th Ed.). Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (10th Ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Jasa* (3rd Ed., Vol. 3). Cv. Andi Offset.
- Wardani, E. K., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Surabaya. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(5), 6631–6639.
- Waseso Segoro & Permatasari. (2021). The Effect Of Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction And Loyalty In The Airline Industry. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Jpkm)* , 12(2), 339–350.
- Wibowo, A. E. (2020). *Spss Dalam Riset Jasa Dan Kesehatan*. Gava Media.
- Widjajanta, B., Rahayu, A., & Salsabila, A. (2020). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Reputation Terhadap Repurchase Intention Pada Reviewers Sepatu Bata Aplikasi Shopee. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 20(1).

- Yuliantini, Y., & Maemunah, S. (2023). Mediasi Brand Loyalty Pada Brand Image, Brand Personality, Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention (Travel Agent Konvensional Di Jakarta). *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 8(2), 235–252.
- Yunus, H., Kusnadi, E., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu As Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 1(6), 1288–1302.
- Zeithaml, V. A. , M. J. B. (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm* (6th Ed.). Mc-Graw Hill.