

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi., dan Herman. 2013. Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Dosen STIE Dharma Iswara* 2(1):77-89.
- Andreani, F. 2007. Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2(1):1-8.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Bahar, A. dan H. Sjaharuddin. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen* 3(1):14-34.
- Faradisa., Isti., L. Budi, dan M. Minarsih. 2016. Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada indonesian coffeshop semarang (icos cafe). *Journal Of Management* 2(2).
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan. Kedelapan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harfania, F. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Restoran Ayam Geprek Sa'i Yogyakarta). *Jurnal Fakultas Ekonomi* 1(2):581-591.
- Hidayat, A. dan D. Resticha. 2019. Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration* 3(1):40-52.
- Kharolina, I. dan R. Transistari. 2021. Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal CAKRAWANGSA BISNIS* 2(2): 185-196.
- Kotler, P. dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Erlangga Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

- Lestari, B. dan I. Novitaningtyas. 2021. Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2(3):150-159.
- Maulidya, A., S. Saroh, dan D. Zunaida. 2021. Pengaruh Experiential Marketing dan Marketing Mix terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Semusim Cafe Kota Malang). *JIAGABI* 10(2):205-212.
- Muzakki, A. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi Kasus pada Pencucian Mobil Levi Auto Semarang )*. Semarang.
- Nurhayati, K. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang: Studi Empiris pada Konsumen Tsabita Bakery di Surakarta*. Surakarta
- Octaviana, R. A. dan H. Nugrahaningsih. 2018. Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Membeli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pt. Meratus Line Jakarta). *Jurnal Online Internasional & Nasional Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* 6(2):57-72.
- Peburiyanti, D. dan Sabran. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Butik Kanabini di Tenggarong. *JEMI* 20(1):29-39.
- Schmitt, H. B. 1999. *Experiential Marketing: How to get your customer to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. The FreePress. New York
- Smilansky, S. 2009. *Experiential Marketing: A practical guide to interactive brand experiences*. Kogan Page. London.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi. Jakarta