

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, K., & Nurmala, N. (2023). Experiential marketing in the budget hotel: do Gen Y and Gen Z change the game? *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(4), 467–482. <https://doi.org/10.1108/CBTH-10-2022-0185>
- Anggraeni. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus ada wisata alam sumber Maron Karangsuko, Pagelaran, Malang). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Antonius, L., & Facrureza, D. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap *Revisit Intention* Konsumen pada Kawisari Coffee dan Eatery Jakarta. *MES Management Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.56709/mesman.v3i2.230>
- Bima Aji Bhaskara, & Aris Budiono. (2023). Kepuasan Pelanggan Yang Dipengaruhi Servicescape, Lifestyle, Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan: Studi pada Bintang Army Jakarta. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 165–180. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i3.1941>
- Cahyani Pratisti, Anggraini, & Yusminar Wahyuningsih. (2024). Meningkatkan Minat Kunjung Ulang Wisatawan Melalui Penerapan Experiential Marketing Pada Objek Wisata Buatan Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 6(1).
- Daniel Joel Immanuel Kairupan, & Olivia Ayu Yovanda. (2021). Pengaruh Public Relation, Advertising, Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Produk Umkm: Studi Kasus Pada Toko X Cake And Bakery. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16(1).
- Eka Dewi Suci Artini, Theresia Saubiran Mira, Filia Yuniar As'ari, Febri Fidyantaka, & Moh Afrizal Miradji. (2024). Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Marvel.Id Di Mojokerto. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Eko Yuli Waluyo, S., Huda, K., & Fitriyani, Z. A. (2022). Pengaruh Destination Image dan Harga Terhadap *Revisit Intention* dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi di Joglo Park. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(3), 833–852. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.445>
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Fatik Rahayu, Mirabel Zahra, Adita Rosdiana, & Kintania Nadhirah N. (2024). Strategi Sensory Marketing untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada

Restoran Tradisional di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 27400–27416.

Fauzul Kabiir Achmad, & Daniel Tumpal Hamonangan Aruan. (2023). Analysis of the Effect of Experiential Marketing through Tourist Satisfaction on Behavioral Intention: A Case Study on Bromo Tengger Semeru Tourism. *Asian Journal of Arts, Culture and Tourism*. <https://doi.org/10.55057/ajact.2023.5.2.1>

Gunawan, I. (2022). Customer loyalty: The effect *Customer Satisfaction*, experiential marketing and product quality. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 1(1), 35–42.

Hadiputri, S., Pujiyanto, T., & Purnomo, D. (2022). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan di 372 Kopi Setiabudhi Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(1), 9–21. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.2>

Hendarsono, & Sugiharto. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Konig Coffe & Bar . *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(1).

Herdianti, D., Novari, E., Burhan, L., Rahmawati, L., & Sutanto, H. (2023). The Influence Of *Sense Experience And Feel Experience* On Tourists'intention To Revisit. *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(1), 42–58.

Imam Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis dengan program SPSS*. Universitas Dipenogoro.

Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. BPFE Universitas Diponegoro.

Jang, H.-W., & Lee, S.-B. (2019a). Applying Effective Sensory Marketing to Sustainable Coffee Shop Business Management. *Sustainability*, 11(22), 6430. <https://doi.org/10.3390/su11226430>

Jang, H.-W., & Lee, S.-B. (2019b). Applying Effective Sensory Marketing to Sustainable Coffee Shop Business Management. *Sustainability*, 11(22), 6430. <https://doi.org/10.3390/su11226430>

Junaedi, A. T., Wijaya, E., & Manullang, M. (2020). Building Consumer Satisfaction to Improve Consumer Trust Through Service Quality and Consumer Experience In Jne Pekanbaru. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(3), 504–510. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.03.10>

- Kartajaya, & Anantha. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 8(1).
- Luh Linna Sagitarini. (2017). Analisis Pendekatan Experiential Marketing Yang Menciptakan Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Kawasan Wisata Lovina . *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2).
- Muljani, N. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Restoran Boncafe di Surabaya). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 210–221.
- N. Siregar, & M. Elfikri. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). *Sosek*, 3(1), 1–9.
- Nico Akbar Kurniawan, Muhammad Rafki Fajri, & Robert Kristaung. (2024). Dampak Pemasaran Experiential terhadap Niat untuk Mengunjungi Kembali Restoran Cepat Saji Mcdonald's Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 17766–17780.
- Ninuk Muljani. (2021). The Effect Of Experiential Marketing On Customer Loyalty Mediated By *Customer Satisfaction* (Study On Boncafe Restaurant In Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2).
- Nourissa Dinda Syachadi, & Widyastuti. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Di Rumah Makan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3).
- Nurhastuti, E. F., Prabowo, H., & Indiworo, Rr. H. E. (2024). Pengaruh Price dan Experiential Marketing Terhadap *Revisit Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Customer Puninoth Studio Self Photo Studio Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(1), 69–85. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v4i1.738>
- Pertiwi, R. I., Rizan, M., & Sari, D. A. P. (2024). Pengaruh Utilitarian Value Dan Experiential Marketing Terhadap *Revisit Intention* Dimediasi *Customer Satisfaction*: Studi Pada Pelanggan Restoran All You Can Eat Di Jakarta. *Indonesian Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.60076/ijema>
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (7 ed.). New Jersey: Pearson.
- Putra, F. I. F. S., Budiantoro, R. A., Luxfiati, B. A., & Widawati, M. W. (2020). Consumer Satisfaction Behavior Whom Purchase Chinese Smartphone In

- Soloraya. *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN*, 18(3), 588–596.
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.03.19>
- Putri, A. D., Prabawani, B., & Widayanto, W. (2023). Pengaruh Store Atmosphere terhadap *Revisit Intention* melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Coffee Shop Pijar: Studi pada Coffee Shop Pijar di Tembalang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 70–80.
- R Hasibuan. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Café Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.
- Rather, R. A. (2020). Customer experience and engagement in tourism destinations: the experiential marketing perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), 15–32.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1686101>
- Rizkidona, I., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Revisit Intention* Di Halona X Van Geluk Coffee & Resto. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 2(2), 146–158.
- Setiawan, F. B., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Basabasi Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 470. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.742>
- Sianipar, D., & Kairupan, D. J. I. (2023). Pengaruh Promosi, Motivasi Belanja Hedonis Dan Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Kunjung Ulang Konsumen Café Silol Jogja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 39–50.
- Soli Noni Cecilia Sinaga, Muchsin Saggaf Shihab, & Krisfarah Syarfuan. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Cinema Xxi Imax Gandaria City, Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(3).
- Sriayudha. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Samsung Galaxy Tab. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1(4).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif R & D* (Cetakan ke 1). CV. Alfabeta.

- Suhartapa, Sudaryana, A., & Supardi. (2024). Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada The Westlake Resto Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.47256/kji.v18i1.339>
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*.
- Tien Galuh Intan, Made Dian Putri Agustina, & Komang Ary Pratiwi. (2024). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal.Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4(7), 1408–1418.
- Toffin Indonesia. (2024). 9 Tips dan Strategi Meningkatkan Bisnis Coffee Shop Dibalik Gempuran Pesaing. Toffin Insight. <https://insight.toffin.id/bisnis/tips-dan-strategi-meningkatkan-bisnis-coffee-shop-dibalik-gempuran-pesaing/>
- Wardana, R. Y., & Puspaningrum, A. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 186–194. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21776/jmppk>
- Waskita, N. I. D. (2021). Menciptakan Pengalaman Konsumen Dengan Experiential Marketing. *Agroscience*, 11(1), 89.
- Wirtz, J., & Zeithaml, V. (2018). Cost-effective service excellence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 59–80. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0560-7>
- Yudi Ariantara. (2021). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Tik Tok di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 2(3).
- Yunita M. Sumual, J. A. F. Kalangi, & Danny D. S. Mukuan. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Otomoto Mantos. *Productivity*, 2(1), 73–78.
- Zeithaml, V. A. , Bitner, M. J. , & Gremler, D. D. (2018). *What a services? (7 ed.)*. Mc Graw Hi Education.
- Zeithaml, Valarie A, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler. (2013). *Services Marketing Strategy: Integrating Customer Fakus Across the Firm (6 ed.)*. Mc. Graw.