

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, W.R. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pada Rumah Makan Beringin Indah Pematang Siantar. Jurnal Konsep dan Bisnis Manajemen.Vol.4. No.1
- Anwar, Misbahul. P.A, Retno Widiowati. Febrini, Irma Yanti. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang.10(1), 35-52.
- Arikunto, Suharsimi. (2017). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Astari, W.F., dan Komang, A.S.P. (2016). “Peran Experiential Value Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention”. Vol. 10. No.1.
- Dharmayanti. Diah. Tentanoe, Vinsensius Ronald. (2014). “Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap Pembelian Ullang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable intervening”, 2(1), Tidak ada Halaman.
- Engriani, Yunita. Yasri, Yasri. Gustina, Lia. (2019). “Pengaruh *Experiential marketing* terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Air Manis”, 8(1), 52-60.
- Fajryanti, Vanny, dan Naili, Faridah. 2018. “Pengaruh Experirntal Marketing Dan Persepsi Nilau Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Study Pada Penumpang Kereta Api Argo Bromo Anggrek”. Diponegoro Journal Of Social and Politic. Hal 1-8.
- Firmansyah, M.A. 2018. PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran). Sleman: Deepublish.
- Handayani, Fitria. 2017. “Pengaruh Dimensi *Experiential marketing* Terhadap MinatBeli Ulang Konsumen Pada Owl Café”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Prodi Manajemen. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Hendarsono, Gersom, dan Sugiono, Sugiharto. 2013. “ Analisa Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo”. Manajemen Pemasaran. Vol. 1. No. 2.
- Irwansyah, R.,*et all*. 2021. Perilaku Konsumen, Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kusumawati, Andriani. Kumadji, Srikandi. Rahayu, Deasy. (2016). “*Experiental marketing* dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang (Repurchase intention)”, 35(2),197-202.
- Loindong, Sjendry S.R. Tumbuan, Williem J.F.A. Lamongi, Jackline. (2018). Pengaruh *Experiental marketing* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di J.CO Donuts dan Coffe, 5(4), 3038-3046.
- Nirmalasari, Dwi. O. Fatimah, F. Tyas, W.M. (2022). Pengaruh Experiental

- Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Mie Sakera Cabang Danau Toba. Jurnal Departemen of Management.
- Rizal, M. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol. 5. No.1
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suprihati., dan Wikan, B.U. 2015. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo”, Vol. 13, No.01.
- Suyetno. 2019. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Dan Word Of Mouth Dengan Customer Satisfaction Sebagai Bvriabel Intervening Study Kasus Legend Coffe Yogyakarta”. Fakultas Ekonomi. Vol.2. No. 3.
- Nadhifa, Zahrotun. 2017. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Bahari Lamongan”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Prodi Manajemen. Universitas Jember. Jember.
- Wiratmadja, Raden Gandhira. 2011. “Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Studi Kasus Pada Inul KTV Pejaten Village”. Tesis. Fakultas Ekonomi. Prodi Manajemen. Universitas Indonesia. Jakarta..
- Wulandari, Rima Aji Nirwanawanti. 2016. “Pengaruh Dimensi *Experiential marketing* Pada minat Beli Ulang di The House Of Raminten Yogyakarta”. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Prodi Manajemen. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta