

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, F., & Hariwan, P. (2016). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Wiki Koffie Bandung The Influence Of Customer Experience On Customer Re- Purchase Intention At Wiki Koffie Cafe's Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(1), 647–654.
- Bertsekas, Dimitri P. Constrained optimization and Lagrange multiplier methods. Academic press, 2014.
- Bugin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Edisi Pertama, Cetakan Ke-5 (Kencana Pr).
- Fransisca Andreani. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 18. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/17009>
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. "Imam Ghozali. 2012." Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 20 (2012).
- Handayani, F. (2017). Pengaruh Dimensi Experiential marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada Owl Cafe Bandar lampung. *Jurnal EMBA*, 1, 2.
- Handayani, N. U., & Aprilia, Z. (2015). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Purchase Intention Pada Kfc Semarang*. Universitas Diponegoro, 1(2), 24–36.
- Haryeni, Nofri Yendra, H. K. (2017). Experiential Marketing, Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cinema Xx1 Plaza Andalas Padang, *Jurnal ekonomi & bisnis dharma andalas*. 19(1), 113–126.
- Indarwati, T. A., & Tiarawati, M. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Experience Dan Emotional Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di J.Co Donuts & Caffee Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(1), 102. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150108.id>
- Kevin Reno Reynard Oliy, I. N. N. (2018). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Ulang Tiket Pesawat Pada PT. Jasa Nusa Wisata Denpasar. *Hydrobiologia*, 7(1), 2319–5614. <https://doi.org/10.1177/1096348009350624>
- Khasanah, I. (2015). *Experiential Marketing dan Rasa Kepercayaan terhadap*

Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Pondok Tingal Magelang). 12.

- Kurniawati, R. (2019). Analisis Pengaruh Atmosphere Restaurant Dan Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Kedai Tenda Daun Surakarta). *Dam World 2015. Second Internasional Dam World Conference*, 73(1), 5–10. <https://doi.org/10.1016/j.jag.2018.07.004>
- Kusumawati, I. P. (2013). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran The House Of Raminten Yogyakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 2(2012), 1–9.
- Kotler P., Keler L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Leni, Y. (2017). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang*.
- Livia. (2012). *Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Konsumen di Sushi Tei Restaurant Rurabaya*. 79, 101–107.
- Luo, M. M., Chen, J. S., Ching, R. K. H., & Liu, C. C. (2011). An examination of the effects of virtual experiential marketing on online customer intentions and loyalty. *Service Industries Journal*, 31(13), 2163–2191. <https://doi.org/10.1080/02642069.2010.503885>
- Mardiastika, E. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton Dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton (Studi Kasus Pada Penonton Bioskop Entertainment Plaza Semarang Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UN. Semarang, Universitas Diponegoro, 2015. http://eprints.undip.ac.id/35626/1/Skripsi_MARDIASTIKA.pdf
- Muhamad, F., Suharyono, & Alfisyahr, R. (2017). Pengaruh Sensory Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Repurchase Intention (Survei pada Konsumen Nomu 9 Bites & Beverages di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(5), 89–96.
- Muhammad Hafiz Sayuti, C. K. D. (2015). *the Influence of Customer Experience on Consumer Re-Purchase*. 2(2), 1932–1940.
- Pappas, I. O., Pateli, A. G., Giannakos, M. N., & Chrissikopoulos, V. (2014). Moderating effects of online shopping experience on customer satisfaction and repurchase intentions. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 42(3), 187–204. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2012-0034>
- Pramudita, Y. A., & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–7. <https://media.neliti.com/media/publications/140540-ID-none.pdf>
- Prastyaningsih, A. S., Suyadi, I., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Customer

- Experience terhadap Repurchase Intention (Survei pada Konsumen KFC Di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 16(1), 1–8. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/669/868>.
- Rini, E. S. (2016). Pengaruh Experiential dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan di STIKOM Bali. *Sisfotenika*, 6(2), 158–169. <https://doi.org/10.30700/jst.v6i2.114>
- Rohmat Dwi Jatmiko, D. S. N. A. (2012). Handbook of Customer Satisfaction and Loyalty Measurement, 2nd edition. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 29(7), 347. <https://doi.org/10.1108/ijrdm.2001.29.7.347.1>
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di Stora Caffe Mmxvi. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 66–75.
- Schmitt. (1999). *Experiential Marketing Bernd Schmite ExperientialNiarketing*. January 2013, 37–41.
- Sekaran, Uma. "Metodologi penelitian untuk bisnis." (2006).
- Syahputra, S., & Lestari Anjarwati, A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Experiential Marketing terhadap Niat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 265–272.
- Tanujaya, C. A. (2019). *Usulan Diferensiasi Harga Tiket Bioskop Pada Cinema Xxi Ciwalk Berdasarkan Choice Data*.
- Yanti, N. V. (2019). *Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Rabbani*.