

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, H. (2013). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Ekomaks*, 2(1), 77–89.
- Andari, T. T., & Awaludin, A. J. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Produk Umkm Berbahan Talas Di Kota Bogor. *Jurnal Visionida*, 4(1), 56–65.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49-56.
- Arifa, N., Hartono, H., & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah:(Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(1), 54–63.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan digital Sosial Media*. Deepublish.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang*.
- Cilesti, I. M., & Nifita, A. T. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan. In *Digest Marketing* (Vol. 2, Issue 2, pp. 185–196). <https://online-journal.unja.ac.id/digest/article/view/6695>
- Donald, & Kristen, L. S. (2014). *Advertising Campaign Strategy A Guide Marketing Communication Plans edisi 5*. Amerika Serikat: Pendidikan Nelson, Ltd.
- 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.
- Febriyani, N. L., Barlian, N. A., & Hidayat, Z. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(3), 185–195.
- Ghozali, I. H. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, Upgrade PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. H. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal Of Economic, Business And Engineering (JEBE)*, 1(1), 24–31.
- Hotimah, R., Robustin, T. P., & Ariyono, K. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Sederhana Sumberuko Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 114–126.
- Hutajulu, M., Tawas, H. N., & Rogi, M. (2022). Pengaruh Experiential marketing, Kualitas Makanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Ayam Geprek Benu Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (EMBA)*, 10(4), 2109–2120.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013a). *“Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi” Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013b). *“Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi” Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Widya.
- Kustini. (2007). Penerapan Experiential Marketing. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur*, 7(2).
- Lailia, N. (2021). *Minat Beli Ulang Konsumen pada Produk UMKM Aroma Kecamatan Pasirian Lumajang Ditinjau dari Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Harga*. STIE Widya Gama Lumajang.
- Lamongi, J., Tumbuan, W. J., & Loindong, S. S. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di J. Co Donuts Dan Coffee Manado Town Square Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Liang, Jing-Long, Chen, Y.-Y., Duan, Y.-S., & Ni, J.-J. (2013). Gender Differences in the Relationship between Experiential Marketing and Purchase Intention. *The Journal of International Management Studies*, 8(1),

10–19.

- Manumpil, A., Mananeke, L., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1808-1818.
- Media Indonesia. (2023). *Bisnis Kafe dan Resto Usung Optimisme Bangkit di 2022*. MediaIndonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/>
- Merdani, W., & Suryaningprang, A. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Pada Kota Bandung Melalui Citra Perusahaan. *Ekono Insentif*, 13(1), 71–81.
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(4), 654–661. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.10161>
- Nirmalasari, D. O., Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2022). Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 278–289. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3879>
- Nugrahaeni1, M., Guspul, A., & Hermawan. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230–243.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang : Sukarno Pressindo.
- Prabowo, S. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 115–126.
- Praja, Y. (2022a). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 31–41.
- Praja, Y. (2022b). Peranan Loyalitas Dalam Memediasi Brand Image Dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal Api Di Kabupaten Bondowoso. *Cermin : Jurnal Penelitian*, 6(2), 572–583.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150–160.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Rahmawati, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Maskara Merek Maybelline). (*Doctoral Dissertation, Universitas*

Muhammadiyah Malang).

- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). *Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada rumah kecantikan sifra di pati*. 5, 1–12.
- Safitri, D. F. A., Lestari, D. E., & Setyobakti, M. H. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan UD Venus Lumajang. *In Progress Conference*, 1(1), 194–205.
- 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 MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223–231.
- Sinambela, R. Y. P., & Hermani, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. 68–70. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sugiarto. (2017). *Metedologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitiian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jatim: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction (Edisi 3)*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, D. W. T., Darmawan, K., & Robustin, T. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Setia Kawan Stationery Di Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussiness Management*, 128–134. <http://jkm.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/273>
- Wicaksana, M. R. A., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1–12.

Widyanata, O. Y., & Setyono, D. (2017). Analisa pengaruh experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen Konig Coffee & Bar. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(1), 177–191.

