

DAFTAR PUSTAKA

- Africano, F. (2020). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Palembang: CV. Amanah.
- Ardiyansyah, M. & Abadi, M. T. "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Muslim sebagai Pemediasi." *Journal of Business & Applied Management* 16.1 (2023): 079-090.
- Dewi, D. R., Magdalena, M., & Dhiana, P. (2015). Pengaruh *Word Of Mouth*, Tingkat Pendapatan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 1–19.
- Erlangga, Y., & Madiawati, P. N. (2023). *The Influence Of Sales Promotion, Experiential Marketing, Product Quality And Service Quality On Interest To Rebuy Café Space Escalation In Bandung City. E-Proceeding of Management*, 10(5), 4091.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *SALIMIYA*, 1(2).
- Gustina, L., Yasri, Y., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 8(1), 52–62. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/d3fe>
- Kharolina, I., & Transistari, R. (2021). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 1–6.
- Kurniawan, T., Alhadi, E., & Rini, R. (2022). Analisis Penerapan *Experiential Marketing* Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan ...*, 2(2), 37–49. <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/JAMB/article/view/4778>
- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaida, D. (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.
- Merdani, W., & Suryaningprang, A. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* Pada Kota Bandung Melalui Citra Perusahaan. *Ekono Insentif*, 13(1), 71–81.
- Nilawati, W. (2019). Pengaruh *Brand Image* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Kopi ABC Di Desa Pancoran Bondowoso). *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 74–78.

- 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>
- Praja, Y. (2022). 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.
- Prinia, D., Rizki Ibnu Fatih, M., & Deriefca Rahmawati, N. (2022). *Literrature Review Word of Mouth* Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 225–239. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.868>
- Priyatna, E. H., & Agisty, F. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Pada *E-Commerce Sociolla*. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 104. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7588>
- Puluala, M. G. (2021). *E-mail: Abstrak*. 1(1), 1–9.
- Rahman, I., & Supriadi, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Experiential Marketing* Terhadap Minat Pembelian Ulang yang Dimediasi Kepercayaan Pelanggan pada Mc Donald's di Kota Serang. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1219–1230.
- Roisah, R., Maulana, N. L. A. I., & Aisyah, I. (2020). *Experiential Marketing* dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Jasa Wisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 146–156. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.557>
- Sahir S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia
- Sari, T., & Sudrajat, A. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Experiential Marketing* Terhadap Minat Beli Ulang di *Forty Coffee* Purwakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 3(2), 58–66.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, 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. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Zuhadma, R. A. (2018). Perlindungan Hukum Konsumen Pengguna Jasa Biro Perjalanan Wisata. *E-Conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*, 148.