

### Daftar Pustaka

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2019). Assessing The Effects Of Service Quality On Customer Satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), 13–24. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2018.11.004>
- Alkilani, K., Ling, K. C., & Abzakh, A. A. (2012). The Impact Of Experiential Marketing And Customer Satisfaction On Customer Commitment In The World Of Social Networks. *Asian Social Science*, 9(1), 262–270. <https://doi.org/10.5539/Ass.V9n1p262>
- Al-Tit, A. (2015). The effect of service and food quality on customer satisfaction and hence customer retention. *Asian Social Science*, 11(23), 129–139.
- Ambarwati, I. U., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2022). Impact of Service Quality and Trust on Patient Satisfaction at Blambangan Hospital Banyuwangi. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 10(2), 11–17. <https://www.internationaljournalssrg.org/IJEMS/paper-details?Id=920>
- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada Pt Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322.
- Andreani, F. (2007). Experiential marketing (Sebuah Pendekatan Marketing), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, VOL. 2, NO. 1, APRIL 2007.
- Ariska, V., Qomariah, N., & Wijayanti, B. (2020). The impact of service quality, price, products, and trust on “kober mie setan” consumer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(4), 1782–1785. <https://www.ijstr.org/paper-references.php?ref=IJSTR-0420-33932>
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan , dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, E-ISSN : 2541-2566, 9(1), 79–89. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v9i1.2375>
- Ayu, D., Jannah, M., Andriani, N., & Arief, M. (2014). Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 53–64. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/1515/1299>
- Bagaskoro. (2019). *Pengantar Teknologi Informatika Dan Komunikasi Data*. Deepublish.
- Bagaskoro. (2019). *Pengantar Teknologi Informatika Dan Komunikasi Data*. Deepublish.
- Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *Journal of Management Review*, 5(1), 621–631. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview/article/view/5137/3877>
- Budi Setiawan, A., & Fitri Rahmawati, N. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Shopee

- Mahasiswa Program Sarjana Institut Stiami Jakarta Pusat Tahun Angkatan 2015-2018). Desember 2020 Jambis, 1(1), 12.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.202>
- Daryanto., & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Malang: Gaya Media
- Dewi, R. K., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN ( Survei Pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 1–6. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1120/1483>
- Dewi, R. K., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 1–6.
- Dimiyati, M. (2012). Peranan Experiential Marketing dan Kepuasan Pasien dalam Menciptakan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Ftimah Banyuwangi. ISSN: 1412-5366,14-30.
- Dimiyati, M., & Subagio, N. A. (2016). Impact of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty with the mediation of Customer Satisfaction on Pos Ekspres in East Java. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing*, 7(4), 2039–9340. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n4p>
- Djatzmiko, Y., & Adartha, C. V. (2018). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI THE SINGHASARI RESORT BATU. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 80–88.
- Dompok, T., & Supratama, N. A. (2018). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Samsat Drive Thru. *Dialektika Publik*, 3(Vol 3 No 1 (2018) : Dialektika Publik), 9–15.
- Fahrika, A., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Online Marketing Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shop Joyism Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(4), 52–63.
- Febrini, I. Y., PA, R. W., & 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>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas

Diponegoro.[http://library.matanauniversity.ac.id/matanalib/index.php?p=show\\_detail&id=4962](http://library.matanauniversity.ac.id/matanalib/index.php?p=show_detail&id=4962)

- Hanny, H., & Krisyana, K. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe di kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.703>
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Bina Media.
- Indrawati, L., & Amalia, D. D. (2020). DAMPAK SENSE, FEEL, THINK, ACT, RELATE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE DI SURABAYA. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 23–36. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/2497/2199>
- Jne, P. T., & Serang, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Experiential Marketing Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pendahuluan. 7(2), 64–78.
- Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 483–491. <https://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen/Article/View/9664>
- Kotler, Philip, (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1*, Penerbit Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen pemasaran. Edisi ke tiga belas, Jilid 2*, Penerbit Erlangga : Jakarta
- Kristyani, O. V., & Kristyana, N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Experience, Dan Brand Image Terhadap Niat Pembelian Ulang (Survei Pada Konsumen Skincare Scarlett Whitening Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 10(2), 125. <https://doi.org/10.54144/Jadbis.V10i2.8166>
- Liow, J., Tumbuan, W. J. A., & Gunawan, E. M. (2023). The Influence Of Viral Marketing Dimensions And Perceived Product Value On Customer Satisfaction In Burger King Manado. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 712–722. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i1.45775>
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(1), 204–211. <https://doi.org/https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SULUTGO. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20106/20331>
- Muslichati, E. Z., & Wartini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Kudus. *Management*

- Analysis Journal, 4(4), 341–347. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/735/618>
- Muzaki, M., Martini, N. N. P., Susbiyani, A., & Qomariah, N. (2023). Pengaruh Kualitas dan Inovasi Pelayanan Terhadap Kepercayaan Masyarakat Melalui Kepuasan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening Pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Banyuwangi Mochamad. *Relasi, Jurnal Ekonomi*, 19(2), 247–267. <https://doi.org/https://doi.org/10.31967/relasi.v19i2.856>
- Nikmah, H., Susbiyani, A., Martini, N. N. P., & Qomariah, N. (2022). The Role of Price , Promotion and Quality Of Service in Improving Honda Motorcycle Customer Satisfaction and Loyalty. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 9(1), 14–23. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V9I1P103>
- Norazah, M. S. (2014). Customer Satisfaction In The Context Of The Use Of Viral Marketing In Social Media. *Pertanika Journal Of Social Sciences And Humanities*, 22(4), 953–967.
- Nurrahman, F., Sanosra, A., & Izzudin, A. (2022). Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Budgeting : Journal Of Business, Management And Accounting*, 3(2), 322–337. <https://doi.org/10.31539/Budgeting.V3i2.3953>
- Nursaid, N., Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020). The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students. *1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019)*, 436, 156–161. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Octaviana, R. A., & Nugrahaningsih, H. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Meratus Line Jakarta). *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 6(2), 57–72.
- Pahlevi, A. F., Suwarni, S., & Nurzam, N. (2021). The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction Towards Customer Loyalty At Bank Mega Syariah Bengkulu Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mega Syariah Bengkulu. *Jurnal Emak (Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan)*, 2(4), 315–322.
- Panjaitan, D. F. (2017). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus: Fitness First Cabang Oakwood). *Media Manajemen Jasa*, 4(1), 44–60. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/711/427>
- Prasmara, A. E., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2019). Pengaruh Online Marketing Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E- Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shop Khayrsraf. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 29–44.

- Purnamasari, M., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 1–8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24022>
- Purnomo, D. D., Restu, P. A., Irawan, D., & Qomariah, N. (2023). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY OF BEKAM THERAPY CENTER JEMBER. *International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*, 3(2), 157–164. <https://doi.org/http://journal.lembagakita.org/index.php/IJMSIT/article/view/1309>
- Putro, S. W., Samuel, H., & Brahmana, R. K. M. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu. [https://www.researchgate.net/publication/326623130\\_MARKETING\\_ADACTIV\\_E\\_STRATEGY](https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIV_E_STRATEGY)
- Qomariah, N., & Lestari, Y. A. (2020). The Role of Service Quality to Increase Customer Satisfaction of Bank Syariah Mandiri Jember. *Proceedings of International Seminar*, 175–181.
- Qomariah, N., Budiastuti, A., Sanosra, A., Susbiani, A., & Budisatoto, E. (2020). Building Student Satisfaction and Loyalty Based on Service Quality and Institutional Image. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(9), 24–33. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V7I9P103>
- Qomariah, N., Firdaus, R., & Herlambang, T. (2023). Peran Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Koperasi. *PROSENAMA 2023*, 3, 121–131.
- Qomariah, N., Pangestu, M. K. M., Herlambang, T., & Putu, N. N. (2021). The Role of Promotion and Service Quality in Increasing Consumer Satisfaction and Loyalty in Pawnshops. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(10), 1948–1960. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i10-17>
- Qomariah, N., Sarwito, S., Sanosra, A., & Thamrin, M. (2023). Peran Kualitas Layanan, Inovasi dan Kepercayaan dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Lapas Kelas IIB. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 4(2), 204–217. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i2.5538>
- Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Pln ( Persero ) Area Manado the Effect of Quality Service and Innovation Toward Customer Satisfaction. *Jurnal EMBA*, 7(1), 301–311. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22363/22886>

- Raji, M. A., & Zainal, A. (2016). The effect of customer perceived value on customer satisfaction: A case study of Malay upscale restaurants. *Malaysian Journal of Society and Space*, 12(3), 58–6.
- Ramseook-Munhurrin, P. (2012). Perceived service quality in restaurant services: Evidence from Mauritius. *International Journal of Management and Marketing Research*, 5(3), 1–5.
- Rianti, O., & Oetomo, W. H. (2017). Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(8), 1–19.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & Iptek*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/Bistek.V14i2.233>
- Sangadji, E. M. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi
- Sanosra, A., Satoto, E. B., Ismanto, T., & Qomariah, N. (2022). Impact of Service Quality and Promotion on Satisfaction and Loyalty of Visitors to Red Island Tourism Destinations Banyuwangi. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 10(2), 78–86.
- Schmitt, Bernd H. dan David L. Rogers. (2009). *Handbook on Brand and Experience Management*. New York: The Free Press.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI(Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(2), 114–126. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32528/jsmbi.v9i2.2819>
- Sitinjak, R., Jushermi, & Noviasari, H. (2017). ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK ISLAMI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH PADA PT BANK NEGARA INDONESIA SYARIAH (BNI SYARIAH) PEKANBARU. *JOMFekom*, 4(1), 843–857. <https://media.neliti.com/media/publications/125589-ID-analisis-dampak-pemekaran-daerah-ditinja.pdf>
- Studi, P., Bisnis, A., Ilmu, F., Ilmu, S., & Pasuruan, U. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Niat Berkunjung Kembali.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Cv, 1–817.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Cetak ke 1*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Cetak ke 1*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sukmamedian, H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta. *JURNAL MEKAR*, 1(1), 34–40.

- Sukmamedian, H., Kamar, M. D., & Batam, P. P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta. *JURNAL MEKAR*, 1(1), 34–40.
- Sulong, M. F., Moniharapon, S., & Wenas, R. S. (2021). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA CITRALAND REAL ESTATE MANADO). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1039–1049. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35227/32963>
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Journal of Management*, 4(4), 1–20. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/989>
- Sutrisno, Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN , KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 7(2), 157–174. <https://doi.org/10.32528/smbi.v7i2.1230>
- Swatyas, D. R., Martini, N. N. P., & Qomariah, N. (2022). Impact of Service Quality and Product Innovation on Public Satisfaction and Trust. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) A*, 06(02), 15–24. <https://www.ajhssr.com/current-issue/>
- Tetanoë, R. V., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1382/1243>
- Utomo, R. A., & Nugeraha, P. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Pada Costumers Toyota Di Showroom Auto2000 Di Kota Bandar Lampung ) The Effect Of Experiential Marketing And Perception Of Product Quality Through Customer Satisfaction ( Study At Cost. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1, 268–280.
- Wardhana, A. (2016). Viral Marketing Determinants of Top Online Shop Brands in Indonesia. *Mimbar*, 32(Viral Marketing, Online, Factor Analysis), 25. <https://media.neliti.com/media/publications/160309-EN-viral-marketing-determinants-of-top-onli.pdf>
- Widjaja, Y. R., & Alexandra, R. (2019). The Impact Of Viral Marketing On Consumer Interest On Indihome Product. 7, 103–107.
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang

- Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.  
<https://doi.org/10.32528/jmbi.v3i1.784>
- Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2013). The Study Of Relationship Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, And Customer Loyalty. *Asean Marketing Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.21002/Amj.V4i1.2030>
- Zhang, Z., Zhang, Z., & Law, R. (2013). Region effect on customer satisfaction with restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*,

