

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, Y. (2021). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG (Studi Pada Cafe Kedai Kopi Athar Bangun Purba)*.
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Alma. (2018). *Pengantar Bisnis* (Alfabeta (ed.); Revisi). Alfabeta.
- Amstrong, Kotler, Trifts, & B. (2015). *MARKETING AN INTRODUCTION*. Canada Cataloguing.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Shopee. *Manajemen*, 11(02), 86–96.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian* (Rineka Cipta (ed.); 13 ed.). Rineka Cipta.
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 58–69.
- Baiq Nikmatul Ulya<sup>1</sup>), Rizal Kurniansah<sup>2</sup>), H. M. (2023). *PENGARUH HALAL DESTINATION IMAGE, MOTIVASI PERJALANAN, DAN NILAI SOSIAL YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DI DESTINASI WISATA SEMBALUN*. 11(1), 179–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jih.v12i1.2643>
- Benedicta Jennifer, Yosandri, & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor. *Edu Turisma: An International Journal of Tourism and Education*, 7(1), 2022.
- Bukhori, I., Mustapita, A. F., & Widarko, A. (2022). Pengaruh Suasana Café, Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Om Ayam Sambal Ijo Imam. *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 11, 15–21.
- Cahyo Aji Wicaksono. (2019). PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING COST, DAN TRUST IN BRAND TERHADAP CUSTOMER LOYALTY. *Jurnal FEB*, 26(1), 1–4. <https://doi.org/10.1007/s11273-020-09706-3><http://dx.doi.org/10.1016/j.jweia.2017.09.008><https://doi.org/10.1016/j.energy.2020.117919><https://doi.org/10.1016/j.coldregions.2020.103116><http://dx.doi.org/10.1016/j.jweia.2010.12.004><http://dx.doi.org/10.1016/j.jweia.2010.12.004>
- Darmono, R. M., & Yulistia. (2020). EFFECT OF SHOPPING, TRUST, ORIENTATION AND PURCHASE EXPERIENCE ON ONLINE BUYING INTEREST (Case Study of Customers in Padang City Who Made Transactions at Lazada Indonesia). *Jurnal Matua*, 2(4), 235–258.
- Dimas Aryo Baskoro, F. M. (2021). Pengaruh Harga dan Suasana Café terhadap Keputusan

- Pembelian. *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 3(2), 136–162. <https://doi.org/10.21632/garuda.3.2.136-162>
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=218217&pRegionCode=UN11MAR&pClientId=112>
- Ghozali, I. (2018). Processing Data penelitian Menggunakan SPSS. In *E-Book* (pertama, Vol. 1).
- Grace Amalia Tondang, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, & Budi Dharma. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 15–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12913](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12913)
- H. Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Mitra Wacana Media.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Hendayana, Y., & Solichati, U. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Bekasi the Effect of Experiential Marketing and Trust on Consumer Loyalty Users Marketplace Shopee in Bekasi City. *Manajerial*, 20(2), 233. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 198–206. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34405>
- Iman, N. (2021). Pengaruh Experience Marketing, Kepercayaan Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keinginan Beli Ulang Konsumen Pada Marketplace Shopee. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Islamiah, F., Harmayanto, H., & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 1(1), 001–008. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v1i1.376>
- Karuniatama, I. H., Barata, D. D., & Suyoto, Y. T. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel Di Indonesia. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(1), 28. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v7i1.277>
- Kotler, P. (2014). *Marketing for hospitality and tourism*. (6 ed.). Harlow, Essex Pearson Education Limited. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=128728&pRegionCode=UNTAR&pClientId=650>
- Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15 ed.). Harlow, Essex Pearson Education Limited. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=130833&pRegionCode=UNTAR&pCli>

entId=650

- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 76.
- Kurnia Putri, D., & Purwanto, H. (2023). *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 5 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 5 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun PENGARUH TOURISM EXPERIENCE DAN PLACE BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI KE TEM.*
- Kusuma, P., & Suryani, A. (2017). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 254993.
- Muhammad Arief Gunawan. (2023). Pengaruh Potongan Harga, Kenyamanan, Interaktivitas, Dan Keterlibatan Terhadap Niat Pembelian Impulsif Pada Fitur Live Streaming Di Platform E-Commerce. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>, 12(2009), 1–11.
- Muhammad Febrianto, Muhammad Naely Azhad, R. (2023). *Pengaruh Experiential Marketing dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng Nelongso Cabang Mastrip Kabupaten Jember*. 7, 2551–2568.
- N. Atik. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix. *AmaNu: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 192–202.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205811/metode-penelitian>
- 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>
- Padmawati, & Susila. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Manajemen*, 8(3), 1–9.
- Panggalo, R. N., Imelda Wellin Juliana Ogi, & Reitty L. Samadi. (2023). Analisis Relationship Marketing, Suasana Cafe dan Lokasi terhadap Sikap Loyal Konsumen (Studi pada Cafe Bahug Coffe and Food Bahu Malalayang Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 132–139. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.47996>
- Rezha Devi Anggreini, & Suparwati. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 53(9), 91–102.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. IrTry Koryanti (ed.); Pertama). KBM Indonesia.
- Schmitt. (2014). *Consumer experience and experiential marketing: A critical review. Review of Marketing Research*. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2013\)0000010006](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2013)0000010006)

- Sinulingga. (2020). *Metode Penelitian (Pertama)*.
- Situmeang, P. A., Nainggolan, B. M. ., & Kristiadi, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Sushimas. *Jurnal EDUTURISMA*, 5(1), 32–55.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Sugiono* (26 ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (cetakan 1). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tantriana, D., & Widiartanto. (2019). PENGARUH AKSESIBILITAS, EXPERIENTIAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 1–11.
- Tazkiyatunnisa Anggraeni, N., Kresnamurti Rivai P, A., & Aditya, S. (2023). Pengaruh Perceived Risk Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Marketplace Di Kota Bekasi. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(5), 1311–1322. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i5.627>
- Wibisono, S., Ilyas, A., & Bahri, K. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup , Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid-19 di @ Adakopi Parung Bogor sepatutnya Indonesia mempunyai daya tarik tersendiri untuk pengusaha ritel , dimana ritel*. 2(4), 246–265.