

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah A., M. Y. (2021). Peningkatan Kinerja Pegawai Melalui Motivasi, Budaya Kerja Dan Fasilitas Pada Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Bireuen. *Almuslim Journal Of Education Management*, 1(2), 91–103.
- Abiyasin, B., & Kusumawardhani, A. (2025). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN BELI KONSUMEN MELALUI EMOTIONAL VALUE DAN FUNCTIONAL VALUE (Studi Pada Brewing Takeover Oleh Amin Coffee Roastery). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 14, 95–106.
- Adillah, A., & Fatimah. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Service Excellent Melalui Experiential Marketing Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Minat Brand Pada Bank Muamalat Cabang Gowa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(03), 1832–1840.
- Aisyah, S., & Harto, B. (2024). Analisis Customer Journey Dalam Meningkatkan Customer Experience Pelanggan Di Fore Coffee Shop Yang Berbasis Teknologi. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(3), 971–986. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i3.3198>
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venzana. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Ananto, R., Sapta Putra, S., Digdowiseiso, K., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Nasional, U. (2023). The Influence Of Product Quality, Price, And After-Sales Service Of Hori Brand Lamps On Purchasing Decisions Pt. Fokus Dayautama In East Jakarta Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori Terhadap Keputusan Pembelian Pt. Fok. *COSTING: Journal Of Economic, Business And Accounting*, 6(2597–5234), 2720–2729.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, 2013.
- Arraniri, D. H. & I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Ayatullah, A., Meutia, & Lutfi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Experiential Marketing Terhadap Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 7(2), 64–78.
- Damanik, Y. R. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen. *Manajemen Jurnal Ekonomi*.
- Dewi, I. G. A. M., Wijaya, P. Y., & Kusyana, D. N. B. (2024). Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Pelayanan , Dan Social Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mietime Woah Di Kabupaten Badung. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 857–871.
- FAJAR, D. A. (2023). ... IMAGE, WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Mixue Ice Cream Di *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 190–200.
- Fandy, T. (2016). Service, Quality & Satisfaction. *Yogyakarta : Andi*.
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dengan SEM : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & ... (2023). The Role Of Brand Image, Product

- Quality And Price In Improving Product Purchasing Decisions. ... *Research And Critics* ..., 1798–1808. <https://Bircu-Journal.Com/Index.Php/Birci/Article/View/7734>
- Fitriani, L. K., Putri, S., & Fisya, A. (2023). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Lotion Viva Survei Pada Konsumen Cirebon. *FRIMA*, 6681(6), 631–638.
- Frestea, P. K. P. D. C. M. T. K. P. M., Saktinoor, S. M., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea Sakti. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 12(2), 291–301. <https://doi.org/10.37932/J.E.V12i2.608>
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i1.2912>
- Hanif, M. A., & Rahman, N. (2025). Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi) Komunikasi Persuasif Coffee Shop Melalui Strategi Experiential. *Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 9(March), 378–388.
- Hermaningtyas. (2022). NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada HI COFFEE Surabaya) 1. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), 98–105.
- Hermawan, A., Hidayah, N., & Utami, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Green Marketing, Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Konsumen Kopi Lawoek Temanggung). *Borobudur Management Review*, 3(1), 46–61.
- Hildayanti, S. K., & Satriyani, I. T. (2022). Strategi Promosi Melalui Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 149–158. <https://doi.org/10.37676/Ekombis.V10is1.2014>
- Kamiliya, F. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Top Of Mind. *JURILMA: Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(1), 3046–9538.
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1208–1217.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principle Of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler Philip Dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education, 2021.
- Kurniawan, Y., & Mashariono. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1), 1–17.
- Larasati, T. S., & Raharjo, T. B. (2024). Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk , Kualitas

- Pelayanan , Dan Lokasi Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. *PERMANA : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 16(2).
- Manorek, E. K. (2024). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN MINUMAN BUAVITA DI KECAMATAN LANGOWAN BARAT. *Jurnal EMBA*, 12(3), 1077–1091.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indomedia Pustaka, 2016.
- Manullang, W. C., & Gultom, D. K. (2024). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. *Jesya*, 7(1), 750–765. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1362>
- Masluhah S, M. S., Sari, M. I., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, WOM, Komunitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Sukun Sedap Malam Di Masa Pandemi Di Dusun Setimbo Desa Jatibanteng Kecamatan Jatibanteng Kabupaten Situbondo. *BUDGETING : Journal Of Business, Management And Accounting*, 5(2), 1323–1331. <https://doi.org/10.31539/Budgeting.V5i2.9480>
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening Pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Muammar Afif Al Qusaeri , Wiliyanto, M. Wahab Khasbulloh, & Muthi'atul Khasanah, F. Dan B. U. B. S. (2024). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan. *Journal Of Social Science Research*, 4, 9107–9117.
- Musana, K., Syafuri, B., & Syarifudin, E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zis (Studi Pada Baznas Provinsi Banten). *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 9(2), 297–314. <https://doi.org/10.36908/Esha.V9i2.921>
- Mussalman, M. M., & Madiawati, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Experiential Marketing, E-Wom Dan Iklan Sosial Media Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Menggunakan Aplikasi Bibit. *YUME : Journal Of Management*, 5(1), 217–230. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.344>
- Nabella, S., & Ida, F. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline Di Kota Semarang. *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 439–452.
- Nafiah, K. L., & Trihudyatmanto, M. (2021). MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN YANG DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN EXPERIENTIAL MARKETING. *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1).
- Narbuko, Cholid., Achmadi, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, 2015.
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/Jihhp.V2i2.982>
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & ... (2021). Pengaruh Wom (Word Of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum

- *JAMBURA: Jurnal Ilmiah* ..., 4(1), 61–72.
- Pranandha, K. E. S. (2022). PERAN WORD OF MOUTH MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen*, 27(2), 635–637.
- Pranata, T. A., & Achmad Hasan Hafidzi Dan Haris Hermawan. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Kedai Makna Jember. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta*, 1, 1–10.
- Purwati Sri, D., & Zufrie. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Experiential Marketing, Word Of Mouth Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Brastagi Supermarket Rantauprapat). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 2(1), 133–142.
- Rahmawati, E. (2024). THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING , WORD OF MOUTH AND PRODUCT DIFFERENTIATION ON PURCHASING DECISIONS FOR DEERKEIK BREAD PRODUCTS. *PRAGMATIS Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(September), 77–85.
- Rahmawati, I., & Hidayah, I. N. N. (2021). Analisis Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappuccino. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 843–848.
- Sahripah, N., & Barata, F. A. (2024). Pengaruh Influencer, Content Marketing Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Generasi Z Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Neraca Manajemen*, 6(10).
- Salsalina, M., & Perangin-Angin, B. (2024). The Influence Of Social Media Marketing And Electronic Word Of Mouth (E-Wom) On Purchasing Decisions At E-Commerce Shopee (Study On Riau University Students Who Use E-Commerce Shopee) Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Te. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5596–5611.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Saodin, Nyoman Nerson, Ayu Balqis Adistira, & Ardinal Dwianto. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Kalianda Halok Gagah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.52655/khg.v5i1.35>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st Ed.). Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D)* (4th Ed.). Alfabeta 2019.
- Tandibua, B. R., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Di Air Asia Indonesia. *Panorama*

- Nusantara*, 18(2), 1–14.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/Jibm.V5i1.4929>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip & Penerapan*. Penerbit Andi.
- Tjiptono F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Andi Offset.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/Jptn.V10n1.P1573-1582>
- Winarni, E. Widi. (2018). *Teori Dan Praktek Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D* (R. A. Kusumaningtyas (Ed.)). Bumi Aksara, 2018.
- Wulaningsih, N. M. N. S. (2025). PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA USAHA SUSHI BARI DI BADUNG BALI Ni. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 1323(1). <https://doi.org/10.1016/J.Molstruc.2024.140774>
- Yulliyanie, T., & Evyanto, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bingas Manufacturing. *Eco-Buss*, 4(3), 505–515. <https://doi.org/10.32877/Eb.V4i3.283>