

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Maulidya, Siti Saroh, Daris Zunaida (2021). “*Pengaruh Experiential Marketing Dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Semusim Cafe Kota Malang)*”, 10(2), (205-212)
- Cilesti, I. M., & Nifita, A. T. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan*. In *Jurnal Digest Marketing* (Vol. 3, Issue 2, pp. 107–114). <https://online-journal.unja.ac.id/digest/article/view/6695>
- Dwi Oktavia Nirmalasari, Feti Fatimah, Wenny Murtalining Tyas (2022). “*Experimental Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*”. 3(2)
- Fibriyanti, N. A., & Hukama, L. D. (2021). *Niat beli ulang mahasiswa terhadap kopi berkonsep coffee-to-go shop*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(2), 185–196. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i2.3574>
- Hutajulu, M., Tawas, H., Experiential Marketing, P., Makanan, K., Kepercayaan, D., Hutajulu, M., Tawas, H., Rogi, M., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan, F. (2022). *the Effect of Experiential Marketing, Food Quality, and Trust in Repurchase Interest in Manado Geprek Benua Chicken*. 2109 *Jurnal EMBA*, 10(4), 2109–2120.
- Irma Yanti Febrini, Retno Widowati PA, Misbahul Anwar (2019). “*Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta*”, Vol.10 No.1, Maret
- Isnain Kharolina, Ralina Transistari (2021). “*Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*, Vol.2 No.2
- Ivone Maulidia Cilesti, Ade Titi Nifita (2018). “*Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan*”,
- Jackline Lamongi, Willem J.F.A Tumbuan dan Sjendry S.R Loindong (2018). “*Pengaruh Experiential marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di J.Co Donuts Dan Coffee Manado Town Square Manado*”
- Lamongi, J., Tumbuan, W. J. F. A., & Loindong, S. S. R. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di J.Co Donuts Dan Coffee Manado Town Square Manado the Effect of Experiential Marketing on Consumers Repurchase Intention in J.Co Donuts and Coffee Manado Town Square Manado*. *Jurnal EMBA*, 6(4), 3038–3047.
- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*. *Jiagabi*, 10(2), 205–212.

- M. Hutajulu, H. Tawas, M, Rogi (2022). *“Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Makanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Ayam Geprek Benu Manado”*
- Mardian Ailudin , Devilia Sari (2019). *“Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung)”*
- Ni Kadek Ayu Lilis Upayani, Ketut Budi Susrusa, I Gusti Ayu Agung Lies Anggreni (2019). *“Pengaruh Unsur-Unsur Customer Experience terhadap Minat Pembelian Kembali (Studi Kasus pada Konsumen Anomali Coffee Ubud)”*
- Nur Afifah Fibriyanti, La Diadhan Hukama (2021). *“Niat beli ulang mahasiswa terhadap kopi berkonsep coffee-to-go shop”*.
- Nono Wibisono dan Eddy Syah Yahya (2019) . *“The Role Of Experiential Marketing Towards Satisfaction And Re Intention To Visit A Tourist Destination”*
- Stephani, G. (2020). *Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang*. E-Proceedings of Applied Science, 6(1), 30–36.
- Tiara Monica, Sri Widaningsih (2020). *“Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang” (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung)*.
- Wibisono, N., & Yahya, E. S. (2019). *the Role of Experiential Marketing Towards Satisfaction and Re-Intention To Visit a Tourist Destination*. Journal of Tourism & Sports Management , 1(1), 1–14