Daftar Pustaka

Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Amalina. (2021). Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Molak Malik Cafe Kota Pasuruan. Jurnal Ekonomi dan Manajemen.

Arifin, Z. (2011). Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya: Lentera Cendekia.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (1996). *Business Research Methods* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). *Customer loyalty*: *Toward an integrated conceptual framework. Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.

Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). *How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. European Management Journal, 25(5), 395–410.*

Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. San Francisco: Jossey-Bass.

Hasan, A. (2020). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Hidayat, A. (2021). Customer satisfaction sebagai mediator dalam pemasaran jasa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 222–230.

Jayanti, G. A. E., Abiyoga, N. L. A., & Suputra, G. A. (2023). Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Tis Cafe Ubud. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 14(1), 45–55.

Kertajaya, H. (2010). *Marketing in Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Hoboken: Wiley.

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.

Prabowo, D. (2021). *Pemasaran Strategik untuk UMKM*. Surabaya: Rajawali Pers.

Pratama, R. A. (2022). Pengaruh experiential marketing terhadap customer loyalty di coffee shop Jakarta. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 13(2), 90–101.

Putra, A. A. K. (2022). Analisis pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Kafe Kedai Kebo Ubud. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Warmadewa.

Rangkuti, F. (2013). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia.

Saladin, D. (2006). Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi *(Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Tambunan, T. (2021). Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia: Perkembangan, Masalah, dan Kebijakan. Jakarta: LP3ES.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Utomo, W., Triastity, R., & Susanti, R. (2020). Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(5), 1–18.

Wahyuni, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Yulianto, D. (2020). Pemasaran Jasa: Pendekatan Teori dan Praktik. Bandung: Alfabeta.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill