

DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, A. E., & Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ludic Café (Studi Pada Pelanggan Ludic Café Kendangsari, Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1614-1627.
- Andianto, K., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Perceived Value, Perceived Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 758-764.
- Asakdiyah, S., & Ismanto, D. (2021). Model penguatan loyalitas mahasiswa melalui kualitas pelayanan bimbingan akademik dan kepuasan mahasiswa. *JPII (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(1), 120-127.
- Bey, M. T., & Utami, A. F. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen (Stusy Pada Konsumen Emery Café & Bistro Jombang) (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Hasibuan, A. N., Bachri, S., & Maulana, M. E. (2024). Determinan Nilai Ekspresi Diri Merek Terhadap Minat Beli Melalui Brand Love. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 68-84.
- Hendaprilla, M. L., & Hamzah, M. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis Almatama*, 2(1), 51-62.
- Izzudin, M., Rachma, N., & Wahono, B. (2019). Pengaruh experiential marketing dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan Equal Coffe Dau Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(05).
- 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.
- Kurniawati, L., & Silitonga, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko dan Media Sosial Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Fore Coffee Cibubur Junction. *Panorama Nusantara*, 16(1), 53-62.
- Kusumawati, D. (2020). Pengaruh Kepuasan dan Experiential Marketing Terhadap Word of Mouth (Studi pada Agen Hijab Arrafi Diandra Demak). *Mimbar Administrasi*, 17(2), 192-214.
- Lisa, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Shopee Ditinjau Dari*

Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

- Mekaniwati, A. (2020). Analisis Deskriptif Persepsi Konsumen Jungland Adventure Theme Park Atas Experiential Marketing, Fasilitas Dan Minat Kunjungan Ulang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(2), 101-112.
- 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), 61-73.
- Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), 165-177.
- Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Bebek Cak Anton Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 5(2), 188-196.
- Novitasari, M. D. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada FamiCafé Tenggilis Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Nur Nabilah, I. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan di Ikkio Coffe Madiun* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Nurhikmah, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan layanan transportasi online (go-jek): kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646-656.
- Praditya, D. A. P., & Kaihatu, T. S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Kawan Seduh Coffe Surabaya. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(6), 599-611.
- Prakasa, R. M. P., Purwanto, H., & Apriyanti, A. (2022, October). Pengaruh Varian Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Coffe Shop Di Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Putri, P. K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Starbucks Rawamangun Jakarta) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).

- Rasmikayati, E., Afriyanti, S., & Saefudin, B. R. (2020). Keragaan, Potensi dan Kendala pada Usaha Kedai Kopi Di Jatinangor: Kasus pada Belike Coffee Shop dan Balad Coffee Works. *Agritek (Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan)*, 1(01), 26-45.
- Rosyida, A. (2022). *Pengaruh store atmosphere dan experiential marketing terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel moderating: Studi pada cafe omah semar Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Santoso, A. L., Japariato, E., Tandijaya, T. N. B., & Andreani, F. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Dari Ikea Ciputra World. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 81-89.
- Schmitt, Bernd H, 2018. *Experiential Marketing : How To Get Customers To Sense, Feel, Think, Act, and Relate To Your Company and Brands*, The Free Press, New York.
- Sudrajat, A. P., Wiranta, D., & Wulandari, R. (2020). Store Atmosphere dan Experiential Marketing dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Bumi Kopi Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 6(3), 105-115.
- Trianovita, H. A., Haziroh, A. L., Aqmala, D., & Mujib, M. (2024). Pengaruh Experiential Marketing (EM) Dan Brand Image (BI) Terhadap Brand Loyalty (BL) Starbucks di Semarang (Study kasus Mahasiswa di Semarang): Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 7804-7816.
- Wirawan, I., & Ari, M. (2023). *Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Product dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Pada Pelanggan Subak Bali Agro)* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Wungkana, J. J., Mangantar, M., & Tulung, J. E. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada 71 Coffeeshop Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 624-633.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Zahroh, F. (2020). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan Noer Raya Lapis Kukus Pahlawan GKB Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).