

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R., Nursyamsi, I., & Munizu, M. (2020). Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable: Case Study on Go-Jek Makassar Consumers, *13(1)*, 767–774. <https://doi.org/10.5220/0009505107670774>
- Afiah, R. S. N., Eldine, A., & Sume, S. A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Manager : Jurnal Ilmu manajemen*, *3(3)*, 374. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3890>
- Amelia, W. R. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pada Rumah Makan Beringin Indah Pematang Siantar. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, *4(1)*, 50–60.
- Amrullah, W. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Sengkaling Kuliner “Sekul” Malang. *Manajemen Bisnis*, *7(2)*, 119–128. <https://doi.org/10.22219/jmb.v7i2.7006>
- Bali, A. Y. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, *2(1)*, 110–115.
- Barnes, J. G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Basuki, R. A., & Tyastuti, M. R. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Dan Brand

- Trust. *Journal For Business And Entrepreneurship*, 13(April), 15–38.
- Choerunnisa, S. P., Rachma, N., & Hatneny, A. I. (2020). Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Express Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 11(1).
- Darwin, M., & Umam, K. (2020). Analisis Indirect Effect pada Structural Equation Modeling. *Nucleus*, 1(2), 50–57. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.160>
- Dianawati, V. (2021). Pandemi Bikin Masyarakat Makin Minat Olahraga, Decathlon Kini Hadir di Kota Kasablanka - Lifestyle Fimela.com. Diambil 16 November 2021, dari <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4710723/pandemi-bikin-masyarakat-makin-minat-olahraga-decathlon-kini-hadir-di-kota-kasablanka>
- Etam Dumat, F., L. Mandey, S., & Roring, F. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Kopi (Studi Kasus Pada Van Ommen Coffee Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 3493–3502. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21622>
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 312.
- Fransisca Andreani. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Gersom Hendarsono, S. S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing

- terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Habibah, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura, 1(1), 31–48.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). Multivariate Data Analysis, 95–120. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.CH4>
- Hartini, N. M. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan experiential marketing terhadap kepuasan pelanggan starbucks lippo mall kuta. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(2), 82–89. <https://doi.org/10.22334/jihm.v11i2.180>
- Hurriyati, R. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 130.
- 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>
- Kirana, C. G., & Permatasari, R. I. (2019). Pengaruh Desain Produk Dan Kualias Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa D3 Administrasi Niaga 2016). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 9–12.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. *Erlangga. Jakarta*, 01(01), 4.



Kotler, P., & Kevin lane keller. (2017). *Manajemen Pemasaran. Manajemen Pemasaran jilid I & II.*

Kusumasasti, I., Hadiwidjojo, D., & Andarwati. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 123–129. Diambil dari <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2364>

Kusumawati, A. (2011). Analysing The Influence Of Experiential Marketing Oncustomer Satisfactionand Loyalty: The Case Of Hypermart Malang Town Square (Matos) Andriani. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 75–86.

Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 61–68.

Lionora, C. A., Santosa, S. B., & Manajemen, J. (2015). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi pada Member Sanggar Senam Kharisma Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 0(0), 268–275. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>

Lunnette, C., & Andreani, F. (2013). Kepuasan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Di Gyu Kaku Galaxy Mall. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 89–99.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3.*

*Penerbit Salemba.*

Maghnati, F., Ling, K. C., & Nasermodeli, A. (2012). Exploring the Relationship between Experiential Marketing and Experiential Value in the Smartphone Industry. *International Business Research*, 5(11), 169–177. <https://doi.org/10.5539/ibr.v5n11p169>

Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing research An Applied Approach Fifth Edition. The Marketing Book: Seventh Edition.*

Maulana, Y. S. (2019). Meningkatkan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Home Industry Karya Ayu Ciamis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.33096/jmb.v6i1.78>

Montolalu, F. S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Pegadaian Cabang Manado Timur. *Jurnal Lppm Bidang Ekososbudkum*, 2(1), 120–135.

Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekososbudkum/article/view/9304>

Morissan. (2017). Metode Penelitian Survei Edisi Pertama, 434. Diambil dari [https://play.google.com/store/books/details/Metode\\_Penelitian\\_Survei?id=LhZNDwAAQBAJ&hl=en&gl=ID](https://play.google.com/store/books/details/Metode_Penelitian_Survei?id=LhZNDwAAQBAJ&hl=en&gl=ID)

Muljani, N. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Restoran Boncafe di Surabaya). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 210–221.

Nigam, D. A. (2012). Modeling Relationship Between Experiential Marketing, Experiential Value And Purchase Intensions In Organized Quick Service

Chain Restaurants Shoppers Using Structural Equation Modeling Approach.  
*Paradigm*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/0971890720120108>

Nurariplin, A. (2021). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Loyalitas Merek ( Survei pada Pelanggan Sepatu Nike Untuk Tujuan Pemakaian Casual di Grup Facebook Indonesia Sneaker Team ). *Universitas Pendidikan Indonesia*, (062).

Nurkhalik, M. F., Andini, Restu, & Ahmaddien, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan , Minat Beli Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Ekonomi*, 02(2), 57–64.

Perkasa, G. (2021). Heboh Sepatu “Setan” dengan Darah Manusia, Nike Ajukan Gugatan Halaman all - Kompas.com. Diambil 27 November 2021, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/03/31/111752220/heboh-sepatu-setan-dengan-darah-manusia-nike-ajukan-gugatan?page=all>

Priyatno, D. (2010). Teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian dengan SPSS dan tanya jawab ujian pendaran. *Yogyakarta: Gava Media*, 3(1).

Putra, M. Y. S. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Breatalk Lombok Epicentrum Mall. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(1), 55–68.  
<https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.132>

Putri, A. A. (2019). Pengaruh Trust Dan Brand Image Pada Minat Pembelian Ulang Dalam Belanja Online Di Shopee. Diambil dari <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/77264>



Putri, M. A. T. (2021). Nike Menambah Koleksi Sneaker Daur Ulang Halaman all - Kompas.com. Diambil 27 November 2021, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/02/04/150658420/nike-menambah-koleksi-sneaker-daur-ulang?page=all>

Qinanthi, S. L., Ginting, B., & Hayati, Y. H. (2020). Analisis Kualitas Produk Mug terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Limatera.

Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. Diambil dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>

Rendi, A. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada BMT di Kota Palembang. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 10(1), 21–31. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.7903>

Rostiani, A., Lestari, R., & Nurwulandari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Apartemen Kemang Grup PT Pudjadi Prestige Tbk Jakarta. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 1086–1100.

Sari, H. P., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening ( Studi pada Merbabu Guest House Di Kota Malang). *e – Jurnal*

*Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma, 05, 77–97.*

Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 10–21.  
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>

Schmitt. (1999). Experiential marketing, How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands. *New York*.

Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2013). 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)

Sebastian, A., & Pramono, R. (2021). Pengaruh Perceived Value, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Outlet Nike Di Jakarta. *Ilmiah Akunatansi*, 3(2), 146–164.

Setiawan, E. B., Wati, S., Wardana, A., & Ikhsan, R. B. (2020). Building trust through customer satisfaction in the airline industry in Indonesia: Service quality and price fairness contribution. *Management Science Letters*, 10(5).  
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.033>

Smilansky, S. (2009). *Experiential marketing a practical guide to interactive brand experiences. Journal of marketing management*.

Sterie, W. G. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan. *Manajemen*, 12(1), 39.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.



- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIII(2), 140–146. Diambil dari [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=7425&val=544&title=Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=7425&val=544&title=Keputusan%20Membeli%20Secara%20Online%20dan%20Faktor-Faktor%20yang%20Mempengaruhinya)
- Supranto, J. (2011). pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. In *pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D’besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan), 26(01), 105–122.
- 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. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v9i1.487>
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>