

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Ali Hasan. 2018. Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta
- Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). Pengaruh *Experiential marketing* terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Konsumen J. CO Donuts&Coffee Buaran Plaza di Wilayah Jakarta Timur). *Journal of Management Review*, 5(1), 621-631.
- Barimbing, C. A. A., & Sari, D. (2015). Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung). *eProceedings of Management*, 2(1).
- Berman, Barry, Joel R. Evans, dan Patrali Chatterjee. Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited. 2018
- Bright, D.S. et al., 2019., Principles of Management. Houston, TX: OpenStax, Rice University.
- Buchari Alma. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. CV. Alfabeta. Bandung.
- Budovich, L. S. 2019. *Experiential marketing* as a basis for modern communications with consumers. *Espacios*, 40(6), 79–85.
- Christina Widhya Utami. 2019. Manajemen Ritel. Salemba Empat. Jakarta

- Dewi, P. V. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Langkah Coffee Shop. *EMAS*, 2(2).
- Djarmiko, Y., & Adartha, C. V. (2018). Pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen di the Singhasari resort Batu. *Jurnal hospitality dan manajemen jasa*, 6(1).
- Dominik, A., & Ellitan, A. Y. L. (2021). Pengaruh *Experiential marketing* Dan Marketing. *Jurnal JIAGABI*, 10(2), 207.
<https://doi.org/10.33508/jumma.v10i2.3604>
- Efendi, N., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayan dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197-215.
- Eka, M. R., & Yulianna, E. (2016). Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Pada Wiki Koffie Bandung). *eProceedings of Management*, 3(1).
- Fauzi, M., & Amri, A. (2024). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Café D'Japos* di Pasangkayu. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(2), 306-319.
- Febriani, F., & Ahmad Fadili, D. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada *Café Patroli Kopi Karawang*). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 368.
- Ghosh, P. P. (2021). *Principles and Practices of Management*. New Delhi: University Science Press.

- Heryanto, H., Hidayati, T., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh *Experiential marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 227-239.
- Intan, D. R., Gurning, R. N. S., & Ginting, L. N. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Pertanian Agros*, 23(1), 84-89.
- Juni Priansa (2017). Perilaku konsumen. Alfabeta. Bandung.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., 2018., Principle Of Marketing, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Krisnandi, Herry., Efendi, Suryono & Sugiono, Edi. (2019). Pengantar Manajemen. Jakarta Selatan: LPU-UNAS
- Lamb Charles, hair Joseph, dan McDaniel, Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat, 2018
- Malayu S.P. Hasibuan. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia (Revisi). PT. Bumi Aksara
- Muljani, Ninuk. 2021. "Kompensasi Sebagai Motivator Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Jurusan Ekonomi* Manajemen 4(2):108–22.
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, *Store Atmosphere* Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi

- Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Rismawati, I. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Experiential marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Setiabudhi Cihampelas. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 14(1).
- Robbins, S.P., & Coulter, M. (2019). Management. United States of America: Pearson Education Inc.
- Sandira, N. F. A., Syam, A., Ahmad, M. I. S., & Dinar, M. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 2(1), 139-149.
- Sartor, Marco. 2019. "Customer Satisfaction Analyses." Pp. 109–16 in *Quality Management: Tools, Methods, and Standards*, edited by M. Sartor and G. Orzes. Emerald Publishing Limited.
- Satria, A. P., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere*, Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 240-253.
- Satrya, M. A. R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 236-245.
- Sinaga, S. N. C., Shihab, M. S., & Syarfuan, K. (2013). Pengaruh *Experiential marketing* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Cinema XXI Imax

- Gandaria City, Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 11(3), 245-261.
- Smilansky, Shaz. 2019. *Experiential marketing: A Prectical Guide Interactive to Brand Experiences*. India: Replika Press
- Sriayudha, Y. (2019). Pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen pengguna samsung galaxy tab. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 14-26.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=Z-fWDwAAQBAJ>.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Suryana, P., & Haryadi, M. R. (2019). Stores Atmosphere and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Consumer Loyalty. *Trikonomika*, 18(1), 30-34.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Experiential marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65-78.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy
- Tresyanto, C., Anggraini, & Panjaitan, T. (2017). *Pemasaran Jasa*. Surabaya: Jakad Media Publishing

- Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh produk, harga, tempat dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada warkop benpadang sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 10(3).
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510-521.
- Welsa, H., & Khoironi, M. (2019). Pengaruh Kualiatas Layanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta). *Ebbank*, 10(1), 1-16.
- Yuliawan, E., & Ginting, M. (2020). Pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan nasabah pada pt bank mandiri cabang medan balai kota. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(1), 1-12.