

DAFTAR PUSTAKA

- Astria Br Sinaga, L. I. K. A., Iranita, I., & Jalal, A. (2022). *Pengaruh Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Ms Glow Tanjungpinang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating* (Doctoral Dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
[Http://Repositori.Umrah.Ac.Id/3549/](http://Repositori.Umrah.Ac.Id/3549/)
- Barry Gunawan, M., Iranita, I., & Nurhasanah, N. (2020). *Pengaruh Suasana Tempat Dan Inovaasi Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Nelayan Di Kota Tanjungpinang* (Doctoral Dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
[Http://Repositori.Umrah.Ac.Id/923/](http://Repositori.Umrah.Ac.Id/923/)
- Chandra, I. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening Konsumen The Premiere Grand City Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-10.
[Https://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/ManajemenPemasaran/Article/View/484](https://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/ManajemenPemasaran/Article/View/484)
- Endah, L., Iranita, I., & Firmansyah, K. (2020). *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Otak-Otak Sei Enam Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral Dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
[Http://Repositori.Umrah.Ac.Id/705/](http://Repositori.Umrah.Ac.Id/705/)
- Fahmi, A. H., & Suwitho, S. (2019). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 8(3).
[Http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/367](http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/367)
- Fartika, F., Suprihartini, L., & Pratiwi, R. A. I. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Siba Cargo Cabang Tanjungpinang Di Masa Covid-19. *Student Online Journal (Soj) Umrah-Ekonomi*, 2(2), 1149-1163.
[Https://Soj.Umrah.Ac.Id/Index.Php/Sojfe/Article/View/1262](https://Soj.Umrah.Ac.Id/Index.Php/Sojfe/Article/View/1262)
- Fatmawati, R. D., & Rahayu, Y. S. (2018). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt Bri Syariah Cabang Malang).
[Http://Repository.Uin-Malang.Ac.Id/5099/](http://Repository.Uin-Malang.Ac.Id/5099/)

Gedalia, C. C. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Monopole Coffee Lab Surabaya). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-10.

<https://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/ManajemenPemasaran/Article/View/3351>

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program lbm Spss 23* (8th Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. 2020. *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.

Masdianti, M., Jalal, A., & Wulandari, K. (2022). *Analisis Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Pengguna Roda Dua Aplikasi Jasa Online Maxim Di Kota Tanjungpinang* (Doctoral Dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).

<http://Repositori.Umrah.Ac.Id/3362/>

Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Semusim Cafe Kota Malang). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 205-212.

<http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/Jiagabi/Article/Viewfile/12919/10091>

Napitupulu, B. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Poda Coffee & Resto Sidikalang.

<https://Repositori.Usu.Ac.Id/Handle/123456789/42913>

Nur, A., Iranita, I., & Roni, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Barista Coffee Shop & Roastery Tanjungpinang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral Dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).

<http://Repositori.Umrah.Ac.Id/232/>

Pingky, M. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, Dan Halal Logo Terhadap Purchase Intention Produk Mie Samyang Pada Konsumen Milenial Di Kota Padang* (Doctoral Dissertation, Universitas Andalas).

<http://Scholar.Unand.Ac.Id/101762/>

Rahmanda, F., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Trust Sebagai

Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Paragon Mall Dan Java Supermall Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 866-878.

<https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Jiab/Article/View/29862>

Ramadhan, A. F., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. The Effect Of Brand Image And Price Changes On The Purchase Decision Of Cement Products In The City Of Palembang.

<https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/411830-The-Effect-Of-Brand-Image-And-Price-Chan-3b1408d0.Pdf>

Rizki, W. (2018). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Tara Pool & Cafe Kota Payakumbuh* (Doctoral Dissertation, Universitas Andalas).

<http://Scholar.Unand.Ac.Id/39411/>

Septiawan, R. W. (2021). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pelanggan Cokelat Klasik Malang* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

<http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/26756/>

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet