

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Aditama, R. R. A., & Haryono, T. (2022). THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION MEDIATION AND REPUTABLE BRAND AT SELF COOKING RESTAURANT. *Material Safety Data Sheet*, 33(1), 1–12. http://www2.warwick.ac.uk/fac/sci/whri/research/mushroomresearch/mushroomquality/fungienvironment%0Ahttps://us.vwr.com/assetsvc/asset/en_US/id/16490607/contents%0Ahttp://www.hse.gov.uk/pubns/indg373hp.pdf
- Alkilani, K., Ling, K. C., & Abzakh, A. A. (2012). The impact of experiential marketing and customer satisfaction on customer commitment in the world of social networks. *Asian Social Science*, 9(1), 262–270. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n1p262>
- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). PENGARUH SALES PROMOTION DAN KERAGAMAN PRODUK PADA SHOPEE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *News.Ge*, <https://news.ge/anakliis-porti-aris-qveynis-momava>.
- Alvina, M. (2020). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. TechnoBusiness. <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- 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.
- Amrin, A. (2012). *Strategi Menjual Asuransi Syariah*. Elex Media Komputindo.
- Andriana, R., & Achir, D. H. S. (2014). Minat Konsumen Terhadap Perawatan Kulit Wajah Dengan Metode Mikrodermabrasi Di Viota Skin Care Kota Malang. *E-Journal*, 03(1), 200–208.
- Andrianto, D. G. (2016). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Intervening Variable (Studi pada The Bagong Adventure Museum Tubuh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*

FEB Universitas Brawijaya, 5(2), 1–14.
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/6795>

Anggraini, N. P. N. (2021). *THE EFFECT OF SERVICESCAPE AND EXPERIENTIAL MARKETING ON REVISIT INTENTION THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLE IN HOUSE OF HOBBIT*. 4(2), 73–85.

Anggraini, N. P. N., Jodi, I. W. G. A. S., & Putra, D. P. (2020). The Influence of Experiential Marketing and E-Service Quality on E-Satisfaction and Repurchase Intention. *Journal of International Conference Proceedings*, 3(2), 50–58. <https://doi.org/10.32535/jicp.v0i0.904>

Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada.

Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.

Dennisa, E. A., Santoso, S. B., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Febrianti, I. N. (2016). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY: CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*. 1–23.

Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>

Hakim, L. N. (2021). Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variables (Case Study on the Tirta Jasa Lampung Selatan Regional Company (PDAM)). *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 1(1), 48–56. <https://doi.org/10.33258/economit.v1i1.374>

- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hermanto, K., & Cahyadi, I. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang fast food ayam goreng tepung di kalangan mahasiswa universitas kristen petra surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3, 361–387. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3559/3228>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ketut, Y. I. (2018). The Role of Brand Image Mediating the Effect of Product Quality. *Rjoas*, 11(November), 172–180.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. PT Perhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kristiani, M. A. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan TX Travel Klampis Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/30808%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2017). *Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness*. McGrawHill.
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). the Effect of Price Perception,

- Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(1), 182–188.
www.ajhssr.com
- Mandili, I., Zarkasih, A., Munthe, R. S., & Wahyuni, E. (2022). Effect of Product Quality, Customer Satisfaction, Trust, and Brand Image on Repurchase Intention. Case Study: Halal Cosmetic Products. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(2), 10802–10809.
- Markplus, Inc, Z. C. (2018). *Zap Beauty Index*.
<http://zapclinic.com/zapbeautyindex>
- Meilia, N. I. (2010). *Statistika Deskriptif dan Induktif*. Graha Ilmu.
- Mulyana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 7(2), 1–8.
- Noor, L. K., Rahmawati, R., & Kuleh, Y. (2020). the Influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As an Intervening Variable for Mahakam Lantern Garden Visitors. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(03), 54–61. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1286>
- Nyarmiati, S. R. T. A. (2021). *IITJ. ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati)*. 10, 1–14.
- Octaviana, R. A., & Nugrahaningsih, H. (2018). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada PT. Meratus Line Jakarta). *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 6(2), 57–72.
- Olson, J. C., & Peter, J. P. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Poetri, M. O. (2019). the Effect of Experiential Marketing and Psychological

- Pricing on Repurchase Intention of Customers in Store X. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 92(8), 214–218.
<https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.23>
- Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi*, 11(2), 92–100.
<https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/jurtek/article/view/1399>
- Puspasari, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1737–1748.
- Santi, I. N., Sutomo, M., & Zahara, Z. (2020). *The Role of Experiential Marketing on Customer Loyalty With Customer Satisfaction as a Moderating Variable in Bora Hot Spring Sigi, Central Sulawesi, Indonesia*. 477(Iccd), 356–359.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201017.079>
- Santoso, A., & Aprianingsih, A. (2017). The Influence of Perceived Service and E-Service Quality To Repurchase Intention the Mediating Role of Customer Satisfaction Case Study: Go-Ride in Java. *Journal of Business and Management*, 6(1), 12.
- Sari, D. A. T. (2020). Role of consumer satisfaction in mediating effect of product quality on repurchase intention. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 217–226.
<https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.839>
- Smilansky, S. (2017). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2ND Edition*. Kogan Page.
- Subawa, N. S. (2020). The effect of experiential marketing, social media marketing, and brand trust on repurchase intention in Ovo applications. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*.
<https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n3.881>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Offset.
- Ved, A., & Oza, S. (2022). *The Role of Experiential Marketing in Higher Education*. Allied Publishers.
- Walewangko, C. D., Pangemanan, S. S., Pandowo, M., & Program, M. (2021). the Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction At Jb Vape Store Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan. *Jurnal EMBA Vol . 9 No 2 April 2021*, 9(2), 922–929.
- Wibowo, L. A. (2019). Experiential Marketing Dan Branded Customer Experience Kaitannya Dengan Loyalitas Pelanggan Restoran Dan Cafe Serta Dampaknya Pada Citra Bandung Sebagai Destinasi Pariwisata Indonesia. *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 11(1), 48. <https://doi.org/10.17509/strategic.v11i1.1102>
- Widiaswara, T., & Sutopo. (2017). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D’Fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 225. <https://doi.org/10.31315/be.v18i2.5639>
- Wulandari, S., & Marlana, N. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN

SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA
TRANSPORTASI MIGO DI SURABAYA Septian Wulandari Novi Marlana.
Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 8(2), 791–797.

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>