

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. Z. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Awareness, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani*.
- Al Ardi, A. N., Hardiyani, R., Nadhira, A., & Saadilah, D. (2025). *The Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Customer Loyalty of Macan Hitam Rice in Jember Regency*. *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis*, 05(03), 309–319. <https://doi.org/https://doi.org/10.69957/grjb.v5i03.2382>
- Ambarkahi, R. P. Y., Kogoya, N., Ismail, A. M., & Wiguna, A. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Makan Bakso Kabut Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(2), 89–94. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i2.16>
- Andina, M. P. (2021). *Pengaruh Experiential Marketing, Service Excellence dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen RR Cafe Pekanbaru)*. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/55810>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (A. Heri (ed.); 10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian (New Edition)*. Deepublish Publisher.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Simarmata, S. H. M. P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa (Watrianthos Ronal (ed.))*. Yayasan Kita Menulis.
- Harahap, S. N. (2024). *Pengaruh Experiential Marketing dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Kafe Sahabat Kopi Gunung Tua)*. <http://etd.uinsyahada.ac.id/id/eprint/10743>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial (F. A. Pratama (ed.))*. Penerbit Insania. <http://insaniapublishing.com>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v8.i2.1-9>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing 19th Edition*. In *The Economic Journal* (19th ed., Vol. 38, Issue 151). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.2307/2224326>
- Mayasari, F., Resya, F., Andriyanto, D., Wiguna, A. A., & Yuniar, E. (2025). Analisis Pengaruh Loyalty , Persepsi Harga dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntabilitas; Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 17(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v17i1.4608>
- Mubarok, A. N. (2024). *Pengaruh Brand Image, Word of Mouth, Inovasi Produk, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Nisu Smoothies di Purwokerto)*. <https://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/27699>
- Mulyati, E., Arsyad, R., Suryaningsih, Maryati, S., Gustina, L., Junianto, P., Helencia, K., Widayanti, L. P., Hwihanus, Arsyad, L. O. M. N., & Hidayati, S. (2024). *Pengantar SPSS: Teori, Implementasi dan Interpretasi* (N. H. Mardika (ed.)). CV. Gita Lentera. spss
- Muzakqi, M. R., & Zaki, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Servicescape* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Burger Bangor Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1799–1811. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3909>
- Nurchahyo, B. (2025). *Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan di Era Bisnis Digital*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=UiiHEQAAQBAJ>
- Putri, A. O. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada KFC Arifin Ahmad Pekanbaru*. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/60826>
- Sa'ban, L. N. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Product Quality terhadap Customer Satisfaction pada Usaha Batik Rajasa Mas Cilacap*. <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/13684>
- Sari, P. S., Respati, N. N. R., & Yasa, N. N. K. (2023). Pengaruh *Experiential Marketing, Brand Image, Price Perception* Terhadap *Customer Satisfaction* pada

Konsumen Starbucks Reserve Dewata. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(2), 327. <https://doi.org/10.24843/EEB.2023.v12.i02.p18>

Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Marketing: The Art of Branding. In Sudirman Acai (Ed.), *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January). CV. Media Sains Indonesia.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. CV. Alfabeta.

Wardhana, A. (2024a). *Brand Management in the Digital Era* (M. Pradana (ed.); Edisi Indonesia). Eureka Media Aksara.

Wardhana, A. (2024b). *Consumer Satisfaction In The Digital Edge* (M. Pradana (ed.)). CV. Eureka Media Aksara.