

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Ahmadinejad, B., & Asli, H. N. (2017). E-business through Social Media : A Quantitative Survey (Case Study : Instagram). *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 4(1), 80–99.
- Aldaihani, F. M. F., & Ali, N. A. Bin. (2019). Impact of relationship marketing on customers loyalty of islamic banks in the state of Kuwait. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(11), 788–802.
- Alfian, N., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Social Media Marketing Instagram , Word of Mouth and Brand Awareness of Purchase Decisions on Arthenis Tour and Travel. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 2(2), 218–226.
- Amin, S., & Tarun, T. (2019). Experiential Marketing and Customer Satisfaction : A Study on the Restaurant Industry of Bangladesh. *Asian Business Consortium*, 9(2), 43–48.
- Andreani, H. dan. (2017). Analisis Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Broadway BarberShop PT Bersama Lima Putera. *Agora*, 5(1), 2.
- Arasy Purnama, R. (2019). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Heavenly Blush Terhadap Respon Khalayak (Pengikut Akun Instagram Heavenly Blush). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 5093–5106.
- Arif, F., & Eka Saputri, M. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Dunkin' Donuts Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (ALMANA)*, 2(2), 74–87.
- Chuang, C., & Fu-Ling, H. (2017). Experiential Marketing Strategy: The Empirical

- Study of 85o C Bakery Cafe. *International Research Journal of Applied Finance*, VIII(3), 129–143.
- Glen Irwinto Laluyan, Imam Wibowo, & Amanda Setiorini. (2019). *Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD . id Jakarta*. 7(3).
- Haslinda, & Muhammad, J. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 10.
- Hendarsono, G., & Sugiharto SE., M.M, S. (2013). ANALISA PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN CAFE BUNTOS 99 SIDOARJO. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Jerry John, & Thongdee Kijboonchoo, P. D. (2015). Identifying the Association between Relationship Marketing and Customer Loyalty at ABC Bank in Assumption University Campuses: A Case Study based on the Student's Point of View. *American Journal of Undergraduate Research*, 1(2), 54–70.
<https://doi.org/10.33697/ajur.2002.009>
- Kusumawati, A. (2011). ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: Kasus Hypermart Malang Town Square (MATOS) ANALYSING. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 75–86.
- Murdana, Y. T., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing melalui Instagram Terhadap Brand Awareness pada PT. Dealpro Indonesia Bandung 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 847–851.
- Musanto, T. (2004). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 123–136.

<https://doi.org/10.9744/jmk.6.2.pp.123-136>

- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. ALFABETA, CV. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Putri pamungkas, Sari Dewi, & Achmad Fauzi. (2017). *Pengaruh Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk Menjaga Loyalitas (Survei pada Pelanggan Kedai Kober Mie Setan di jl . Soekarno Hatta , Malang)*. 46(1).
- Raden Ajeng Nadhira, Ilyna Kinanti, & Achmad Fauzi DH. (2020). Pengaruh Experiential Marketing , Citra , dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas (Survei pada Pelanggan Rumah Makan Sederhana Jatiwaringin , Jakarta Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 78(1), 56–65.
- Ramadhani, H. S., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. (2019). Pengaruh Aktifitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty (Studi Kasus : Followers pada Instagram Lazada.co.id). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 2311–2320.
- Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.3>
- Surharyono, & Fauzi Hermawan, A. (2018). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(2), 192–201.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2289/2689>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>

Wibowo, S., & Purnama, R. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Wisatawan Pada Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Bogor (PKTKRB). *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 12(1), 25–52.

Widowati, R., & Tsabita, F. (2017). The Influence Of Experiential Marketing On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As Intervening Variable (Study at The House of Raminten Resturant in Yogyakarta Indonesia). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 163–180.

BUKU

REFERENCES

Dr. Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Taman Sidoarjo: ZIFATAMA PUBLISHING.

Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA, CV.

Rambat Lupiyoadi & Ridho Bramulya Ikhsan. (2015). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

WEBSITE

<https://kumparan.com/miftahul-fauzan/perkembangan-coffee-shop-yang-semakin-maju-di-kalangan-anak-muda-1uzkuBxuNZH/full>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>