

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Aswaja Pressindo.
- Amstrong, K. P. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 1* . Jakarta: Erlangga.
- Azhar, F. N. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Starbuck di Surabaya*. Universitas Batanghari Jawa Timur: Jurnal Manajemen dan Sains 7 (2), 528-535.
- Bitner, Z. a. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 3rd ed.* McGraw-Hill/Irwin: Boston.
- Dharmawansyah, I. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu)*. Skripsi: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Febrini, I. Y. (2019). *Pengaruh Experiential marketing Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta*. Uiversitas Muhammadiyah Yogyakarta: Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 10 No.1.
- Gentile, C. N. (n.d.). *How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Cocreate Value with the Customer*. European Management Journal. Vol. 25 No.5.
- Ghozali, I. (2018). . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Ke Tujuh*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hadisumarto, P. A. (2021). *The study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*. UI Scholars Hub: Asean Marketing Journal Vol.4 No.1.
- Hannah, M. a. (1991). *How to Maximaze, Measure and Market your company's Ultimate Product*. Newyork: American Management Association.
- James Pine, B. a. (1996). . *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Bussiness School Press.
- Kadafi, M. A. (Pengaruh Experiential marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan). 2021. Universitas Mulawarman Samarinda: Jurnal Manajemen Vol.13 (3),544-553.

- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kustini. (2007). *Penerapan Experiential Marketing*. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol.7 No. 2: UPN Veteran Jawa Timur.
- Martza, L. A. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Yang Dimensi Oleh Customer Satisfaction Pada Pengunjung Jawa Timur Park 3 Batu*. . Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada .
- Sarjono, J. d. (2011). *SPSS vs Lisrel: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to get your customer to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. New York : The FreePress.
- Schmitt H. Bernd, a. D. (2008). *Handbook on Brand and Experience Management*. UK: Edward Elgar Publishing.
- Smilansky, S. (2009). *Experiential Marketing: A practical guide to interactive brand experiences*. London and Philadelphia: Kogan Page.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Cet-Ke27)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (2 ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Tjipjono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT.Andi Offset.
- Wood, I. (2009). *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Internet/Website/Artikel

Banjarmasin *Coffe Spot* di Instagram "Delapan Belas Lima Belas"

<https://www.instagram.com/p/Cr97mfDPJbn/?igsh=MWFxN3ptY2dvaGZk>

Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia :Surah Al-Baqarah Ayat 172

<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=172&to=172>

International Coffee Organization (ICO). (2022a, June 9). Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021? DataIndonesia.Id.

International Coffee Organization (ICO). (2022b, September 29). Konsumsi Kopi Indonesia Terbesar Kelima di Dunia pada 2021. DataIndon

Nu.or.id. (2023). *Tafsir Surat Al-Baqarah Ayat 172*. Oleh Ahmad Nurtaha

TOFFIN. (2020). Riset TOFFIN 2020. Industry.Co.Id.