

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdusshomad, A. (2021). Gaya Hidup Nongkrong di Kafe dan Perilaku Gosip sebagai Kontrol Sosial. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 16(1), 57–68.
- Ashilah, S. (2021). *Data Jumlah Restoran di Kota Bandung 2012-2020*. bandungbergerak.id. [tps://bandungbergerak.id/article/detail/1087/data-jumlah-restoran-di-kota-bandung-2012-2020-jumlah-bertambah-tapi-nasib-memburuk-akibat-pagebluk](https://bandungbergerak.id/article/detail/1087/data-jumlah-restoran-di-kota-bandung-2012-2020-jumlah-bertambah-tapi-nasib-memburuk-akibat-pagebluk)

- Banerjee, S., & Singhanian, S. (2018). Determinants of customer satisfaction, revisit intentions and word of mouth in the restaurant industry-study conducted in selective outlets of South Kolkata. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) ISSN*, 7(6), 63–72.
- Fauzi, A., Punia, I., & Kamajaya, G. (2012). Budaya nongkrong anak muda di café. *Denpasar: Unud*.
- Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) dilengkapi Software 3.0. *XIstat 2014 dan WarpPLS*, 4.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.
- Hamid, R. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam riset bisnis* (M. S. Abiratno, Sofa Nurdiyanti, Dra. Annis Diniati Raksanagara (Ed.); 1 ed.). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Han, H., Lee, K.-S., Song, H., Lee, S., & Chua, B.-L. (2019). Role of coffeehouse brand experiences (sensory/affective/intellectual/behavioral) in forming patrons' repurchase intention: Impact of switching costs. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(1), 17–35.
- Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. *Yogyakarta: Pustaka Ilmu*.
- Huang, Y.-C., & Liu, C.-H. S. (2017). Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Keller, K. and K. L. (2012). *Marketing management 13*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kemenperin.go.id. (2021). *Sektor Manufaktur Tumbuh Agresif di Tengah Tekanan Pandemi*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://kemenperin.go.id/artikel/22681/Sektor-Manufaktur-Tumbuh-Agresif-di-Tengah-Tekanan-Pandemi>
- Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)*. (2021). databooks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Kotler, P. (2018). *Kotler & Armstrong-Principles of Marketing 17th GLOBAL*. Pearson. [https://www.pearson.com/nl/en\\_NL/higher-education/subject](https://www.pearson.com/nl/en_NL/higher-education/subject) ....
- Lee, S., Jeong, E., & Qu, K. (2020). Exploring theme park visitors' experience on satisfaction and revisit intention: A Utilization of experience economy model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(4), 474–497.

- Lin, M. T.-Y. (2019). Effects of experiential marketing on experience value and customer satisfaction in ecotourism. *Ekoloji*, 28(107), 3151–3156.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2007). Manajemen pemasaran jasa. *Jakarta: Indeks*.
- 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.
- Nugraha, K. S. W. (2019). *Experiential marketing: Managing tourist satisfaction and revisit intention bangsring underwater banyuwangi*.
- Priansa, Doni Juni. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (C. P. Setia (Ed.); 1 ed.). Cv Pustaka Setia.
- Priansa, Doni Juni. (2017b). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Cetakan Pertama)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Kontemporer, PERILAKU KONSUMEN dalam Persaingan Bisnis*. ALFABETA.
- Priyanti, W. G., Sulismadi, S., & Kumalasari, L. D. (2022). GAYA HIDUP NONGKRONG MAHASISWA DI MALANG (Studi Pengunjung Kedai Kopi OR Traffic Sengkaling, Kabupaten Malang). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 8(2), 265–278.
- Qomariah, N. (2020). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food di Mall Plaza Mulia Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 35–45.
- Rachel, R., & Rangkuty, R. P. (2020). Konsumerisme dan Gaya Hidup Perempuan di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri di Lingkungan FISIP Unimal. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 1(1), 97–113.
- Rajput, A., & Gahfoor, R. Z. (2020). Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants. *Future Business Journal*, 6(1), 1–12.
- Rambat, L. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa: Jasa Teori dan Praktik. *Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta*.
- Roz, K. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Servicescape terhadap Revisit Intention. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 132–141.
- Rusmiati, P. I., & Zulfikar, R. (n.d.). *KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN CAFÉ DEKATSU DI CIHAMPELAS CILILIN*.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense. Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*, New York, 25.

- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Smilansky, S. (2017). *Experiential marketing: A practical guide to interactive brand experiences*. Kogan Page Publishers.
- Stepy, Y., Firman, F., & Rusdinal, R. (2019). Gaya Hidup Remaja Di Kota Palembang (Studi Pada Budaya Tongkrong). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 3(3), 1534–1541.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (I. Sutopo (Ed.); 2 ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Sutopo (Ed.); 3 ed.). Alfabeta.
- Wijaksono, R. A. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Revisit Intention melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengunjung Trans Studio Mini Transmart Rungkut, Surabaya. *dalam Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 344–353.
- Wilton, T. (1988). Kepuasan Pelanggan, jilid 2. Edisi ketiga. Klaten. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Wulanjani, H., & Derriawan, D. (2017). Dampak utilitarian value dan experiential marketing terhadap customer satisfaction dan revisit intention. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 121–130.
- Yogiswari, N. M. M., Suryawardani, I. G. A. O., & Suryawan, A. (2021). The Influence of Experiential Marketing on Visitors' Satisfaction and Intention to Revisit at Batur Camp Bali. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 7(1), 180–195.
- Yolanda, Y., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Konsumen Pada Golden Cafe dan Resto. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 584–597.
- Yulius, Y., & Susilo, W. H. (2020). *Manajemen Pemasaran Orientasi Pasar dan Aplikasi Bisnis yang Inspiratif*. IN MEDIA.