**DAFTAR PUSTAKA**

Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek *(Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.); Cet. 1). CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, I. (2018). *Apikasi Analisis Multivariate* (9th ed.).

Hadiwidjaja, R. S., & Dharmayanti, D. (2014). Analisa Hubungan *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. Jurnal Manajemen Pemasaran, *2*(2), 1–11.

Hamzah, Amir. 2007. Analisis *Experiential Marketing*, *Emotional Branding* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Merek Mentari. Manajemen Usahawan Indonesia (MUI): No.06/Th.36/Juni 2007.

Hasan, A. (2010). *MARKETING* dari MULUT ke MULUT *Word of Mouth Marketing* (G. Wijaya (ed.); 1st ed.). MEDPRESS.

Joesyiana, K. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, *Vol. 4*(1), 71–85.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *MARKETING MANAGEMENT, THIRTEENH EDITION* (W. H. Adi Maulana (ed.); 13th ed.). Erlangga.

Kusen, C. R., Mangantar, M., & Ogi, I. W. . (2022). Evaluasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Rica Tampurung Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(3), 154. https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42234.

Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(3), 953. https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524

Natasha, A., & Kristanti, D. D. (2013). Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Modern Cafe Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, *1*(2), 179–190.

Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* serta *Word Of Mouth* terhadap *Brand Trust* dan Pembentukan *Brand Loyalty* pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, *1*(2), 269–282. https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.259

Purwati, N., & Hasan, H. (2023). Analisis Adaptasi Bauran Pemasaran dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 pada Bisnis Kuliner Mr. Crab Seafood Tembalang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(2), 15784–15794.

Rizal, M. (2016). Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, *5*(1), 469. https://www.neliti.com

Sari Wiyanti, Maey Diana Putri, Happy Nadia Mareta, Nina Antika, Dinda Tri Cahya Ramadhani, & Bagas Dwi Cahyo. (2023). Peran Strategi Desain Produk Dan Mutu/Kualitas Terhadap Peramalan Permintaan Pakaian Wanita Bintang Collection Tegal. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, *1*(1), 1–8. https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i1.1

Sari Wiyanti, Maulana, A., Amalia Nurul Hidayah, Fathur R Yusufi, & M. Yunus Erdiansyah. (2023). Pengaruh Lingkungan, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Angkringan Di Kota Tegal. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, *1*(2), 1–8. https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i2.6

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.

Schmitt, Bernd. 1999. Experiential Marketing. The Free Press:New York.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Sutopo(Ed))*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnia: untuk Skripsi, Thesis & Disertasi*. Yogyakarta: Andi.

Tjahya, R. R. (2017). *Analisis Perencanaan Bisnis Penataan Rumah Makan Laurent* [Universitas Kristen Maranatha].  http://repository.maranatha.edu/25101/

Tjiptono,F.(2020).*StrategiPemasaran: PrinsipdanPenerapan*. Yogyakarta:A

Wedyastantri, T. O., & SRI, R. T. A. (2017). *…* Persepsi Keamanan, Pengalaman, Keanekaragaman Produk Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan *Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pada Situs E-commerce …*. http://eprints.undip.ac.id/52263/%0Ahttp://eprints.undip.ac.id/52263/1/11\_WEDYASTANTRI.pdf

Wiyanti, S. (2022). *Enrichment: Journal of management building consumer purchasing decisions at fast-food restaurants and cafes in* Tegal. *Enrichment: Journal of Management*, *12*(4).

Sari Wiyanti, Maey Diana Putri, Happy Nadia Mareta, Nina Antika, Dinda Tri Cahya Ramadhani, & Bagas Dwi Cahyo. (2023). Peran Strategi Desain Produk Dan Mutu/Kualitas Terhadap Peramalan Permintaan Pakaian Wanita Bintang Collection Tegal. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, *1*(1), 1–8. https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i1.1

Sari Wiyanti, Maulana, A., Amalia Nurul Hidayah, Fathur R Yusufi, & M. Yunus Erdiansyah. (2023). Pengaruh Lingkungan, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Angkringan Di Kota Tegal. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, *1*(2), 1–8. https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i2.6

Wiyanti, S., Aleyda, F., Hidayah, I., Azizah, H., & Maulana, E. F. (2023). Membangun Keunggulan Kompetitif Tahu Aci Produk Asli Tegal Melalui Diferensiasi Produk, Kemasan Dan Harga. *Bisnis Dan Kewirausahaan*, *16*(2), 1–13.

Wiyanti, S., Cahyaningtyas, N. W., Bisnis, E. D., & Pancasakti, U. (2022). *Influence of Brand Equity Dimensions on the Business Purchase Behavior of the Crispy Chicken Franchise in Tegal City*. *12*(2), 1509–1514.

Wiyanti, S., & Hanfan, A. (2022). The Role of Word-Of-Mouth, Shopping Lifestyle and City Walk Concept on Brand Image Mall in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Business  Management*, *1*(1), 43–50. https://doi.org/10.54099/ijebm.v1i1.124

Wiyanti, S., Marlina, N., Asyifa, A. J., Satya Akbar, Z., Pratama, S. W., Pancasakti, U., & Tegal, K. (2023). Pentingnya Strategi Lokasi Dan Layout Fasilitas Sebagai Daya Saing Mall. *Journal Information System & Business Management-BISDIG UPS TEGAL*, *1*(September), 1–11.

Wiyanti, S., Reza, B., Pamungkas, T., Alimudin, T. N., & Arif, M. (2023). *Membangun Perilaku Pembelian Bisnis Franchise Ayam Crispy Di Tegal*. *16*, 88–98.

Wiyanti, S., Stevanus, Ayu Widianingrum, D., Syadan Farizi, M., & Lorenzo Kurniawan, B. (2023). Pengaruh Harga Paket Produk, Suasana Kafe Dan Lokasi Terhadap MinatBeli Konsumen Kafe Belikopi Kota Tegal. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* , *16*(1), 59–71.

Wiyanti, S., Vinka Maulida El Fatin, Universitas Pancasakti Tegal, Nurhaliza Ahmad, & Vira Aulia. (2023). Pengaruh Pengeceran, Harga Grosir Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Mall Di Tegal. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Nusantara (JIMNU)*, *1*(3), 142–151. https://doi.org/10.59435/jimnu.v1i3.121

Wiyanti, S., & Wicaksana, M. S. E. (2023). The role of green marketing and product knowledge in strengthening consumer purchasing decisions for compost fertilizer at Tegal District. *Enrichment: Journal of Management*, *13*(3), 1903–1912.