

## DAFTAR PUSTAKA

- Agriqisthi, R. N. dan. (2020). The Effect Of Experiential Marketing Toward Customer Loyalty (Empirical Study Of Fast Food Restaurants In Padang City). *International Journal Of Management and Business*, 1(2).
- Amrin, A. (2018). *Strategi Menjual Arusansi Syariah*. Kompas Gramedia.
- Andreani, F. (2018). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(3).
- Arif, M. (2020). *Marketing Skill*. Febi UINSU Press.
- Efendi, B. (2020). Pengaruh Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Rumah Makan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Empirik Pada Rumah Makan Saung Mansur Banjarnegara). *Journal Of Economic, Mangement, Accounting and Technology*, 3(2).
- Emik Iriyanti, N. Q. dan A. S. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember*.
- Fandy, T. dan. (2007). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.
- Gaffar, V. (2007). *Manajemen Bisnis*. Alfabeta.
- Ghozalli, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ginting, E. Y. dan M. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota. *Jurnal Wiraekonomi*, 6(7), 3.
- Harahap, R. D., Harahap, M. I., & Syari, M. E. (2019). Analisis Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) Dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dengan Belanja Daerah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2). [https://www.researchgate.net/publication/346323824\\_Analisis\\_Pengaruh\\_Dana\\_Alokasi\\_Umum\\_Dau\\_Dan\\_Pendapatan\\_Asli\\_Daerah\\_Pad\\_Terdapat\\_Pertumbuhan\\_Ekonomi\\_Di\\_Kabupaten\\_Deli\\_Serdang\\_Dengan\\_Belanja\\_Daerah\\_Sebagai\\_Variabel\\_Intervening](https://www.researchgate.net/publication/346323824_Analisis_Pengaruh_Dana_Alokasi_Umum_Dau_Dan_Pendapatan_Asli_Daerah_Pad_Terdapat_Pertumbuhan_Ekonomi_Di_Kabupaten_Deli_Serdang_Dengan_Belanja_Daerah_Sebagai_Variabel_Intervening)
- Hartono. (2018). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran The Naked Crab Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 177.
- Hilmi, D. A. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas*

*melalui Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada nasabah PT BRI Syariah Cabang Malang).* UIN Maulana Ibrahim Malang.

Hutapea, M. H., Febrianti, L., & Nurbaiti. (2021). Analysis Of The Impact Of E-Crm In Increasing Customer Satisfaction And Loyalty To The Indonesian Marketplace. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2).

Ikhsan, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cipunustaka Media.

Irpan. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang*.

Japarianto, G. dan. (2021). Pengaruh Customer Satisfaction dan Switching Barriers terhadap Customer Loyalty dengan Customer Trust sebagai Variabel Moderator pada Toko Buku Togamas Surakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(2), 4.

Kartajaya, H. (2003). *Marketing In Venus*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Lorine Kalista Noor, Rahmawati, Y. K. (2020). The Influence Of Experiential Marketing On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable For Mahakam Lantern Garden Visitors. *Intertional Journal of Economics, Business and Accounting Research IJBAR*, 4(1).

Munawaroh. (2018). *Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)*. UIN Sumatera Utara Medan.

Ngatno, S. F. D. &. (2020). Pengaruh Harga Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen General Repair Pt Nasmoco Pemuda Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4).

Nurjaya, & Waskita, N. I. D. (2021). Menciptakan Pengalaman Konsumen Dengan Experiential Marketing. *Agroscience*, 11(1).

Pratiwi, N. N. (2022). Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Sabun Dettol Di Bandar Lampung). *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1).

Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insan Press.

R.W., G. (2003). *Management* (1st ed.). Erlangga.

Rahayu, R. dian fatmawati dan yayuk sri. (2018). *Analisis pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (studi pada PT BRI Syariah cabang Malang)*.

- Rahmadi, N. A. B. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Rahmadi Pencetakan.
- Ratnasari, F. S. S. dan R. T. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2(4), 327.
- Rohmati, A. L. (2021). *Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee Indonesia Di Kabupaten Madiun*. IAIN Ponegoro.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing*. The Free Press.
- Siagian, H. S. P. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Value Terhadap Customer Satisfaction Dan Loyalty Pada PT. Gracia Pharmindo Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Smilansky, S. (2018). *Experiential Marketing : A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2nd edition*. (Edisi 2). CPI Group.
- Sopiah, S. E. M. dan. (2019). *Metode Penelitian*. CV Andi Offset.
- Sugiharto, G. H. dan S. (2018). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 3.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tafsirweb. (n.d.-a). *Al-Baqarah [2]: 201*. Retrieved October 28, 2022, from <https://tafsirweb.com/727-surat-al-baqarah-ayat-201.html>
- Tafsirweb. (n.d.-b). *Ar-Rahman [55]: 60*. Retrieved October 04, 2022, from <https://tafsirweb.com/10408-surat-ar-rahman-ayat-60.html>
- Tafsirweb. (n.d.-c). *At-Taubah [9]: 59*. Retrieved October 04, 2022, from <https://tafsirweb.com/3075-surat-at-taubah-ayat-59.html>
- Tangkilisan, H. N. S. (2005). *Manajemen Publik*. PT Grasindo.
- Tjiptono, F. (2007). *Manajemen Jasa*. Bayu Media.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Bisnis*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, H. dan L. dikutip dalam. (2010). *Indikator Kepuasan Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Toni Sitanjak, D. (2004). *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*. PT Gramedia Pustaka Utama.

- Trihudyatmanto, K. L. N. M. (2021). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Brand Image Dan Experiential Marketing. *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1).
- Umar, H. (2018). *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa Untuk Melakukan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi* (Ed. 2). Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, L. B. (2020). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Wijaya, P. E. S. A., & Suparna, G. (2019). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repeat Purchase Pada Mangsi Coffee Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10).
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1). file:///C:/Users/User/Downloads/3280-Article Text-5581-1-10-20220420.pdf
- Zuhairi. (2016). *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*. Rajawali Pers.

## Lampiran 1:

### KUESIONER

#### **PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN CAFE WAKTU LUANG DI AIR BATU**

Kepada

Pelanggan Cafe Waktu Luang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat untuk dapat menyelesaikan program Sarjana 1 pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara diperlukannya data-data dan juga informasi yang mendukung dalam proses penelitian ini. Demi tercapainya proses penelitian ini mohon kesediaan dari pada Bapak-bapak untuk mengisi angket yang telah peneliti sediakan. Hasil kuesioner dan penelitian akan dijamin kerahasiaan dan tidak disebarluaskan.

Atas kesediaan para pelanggan Cafe Waktu Luang di Air Batu, yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi angket ini, saya selaku peneliti mengucapkan banyak terimakasih dan mohon maaf atas perkataan yang kurang enak dihati.

#### A. Identitas

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pekerjaan :

#### B. 1. Sudah berapa kali anda datang ke Cafe Waktu Luang?

- Pertama kali
- Dua kali
- Sering

#### 2. Dengan siapa saja anda datang ke Cafe Waktu Luang?

- Teman-teman
- Keluarga
- Rekan kerja

3. Mendapat informasi Cafe Waktu Luang dari mana?

- Sosial media
- Teman-teman
- Keluarga

C. Petunjuk pengisian Kuesioner

1. Isilah daftar identitas yang telah disediakan
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan teliti dan seksama
3. Isilah dengan jujur sesuai dengan kenyataan pada diri sendiri
4. Berilah tanda check (√) pada alternatif jawaban yang anda anggap paling benar
5. Seluruh pernyataan harus dijawab dan tidak diperkenankan memilih jawaban lebih dari satu
6. Jawaban anda dijamin kerahasiaannya

Dengan alternatif jawaban:

- SS : Sangat Setuju (5)  
 S : Setuju (4)  
 N : Netral (3)  
 TS : Tidak Setuju (2)  
 STS : Sangat Tidak Setuju (1)

**A. Kuesioner *Experieental marketing* (X1)**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Cafe waktu luang memiliki desain yang modern dan instagramable					
2	Cafe waktu luang menjaga kebersihan serta memberikan kenyamanan pelanggan yang dating					

3	Cita rasa menu yang dijual di cafe waktu luang sangat bervariasi serta sesuai dengan selera saya					
4	Live musik yang dihadirkan oleh cafe waktu luang setiap akhir pekan menciptakan komunitas penggemar					
5	fasilitas yang di tawarkan di cafe waktu luang membuat saya betah berlama-lamadisana					

### B. Kuesioner *Customer Value* (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pelanggan merasa ingin datang kembali setelah ke resto cafe waktu luang					
2	Cafe waktu luang ini merupakan tempat kuliner yang tepat untuk dikunjungi					
3	Pelayanan yang diberikan oleh pihak cafe waktu luang sangat baik					
4	Harga yang ditetapkan sesuai dengan quality yang diberikan					
5	Lokasi cafe waktu luang mudah dijangkau untuk dikunjungi.					

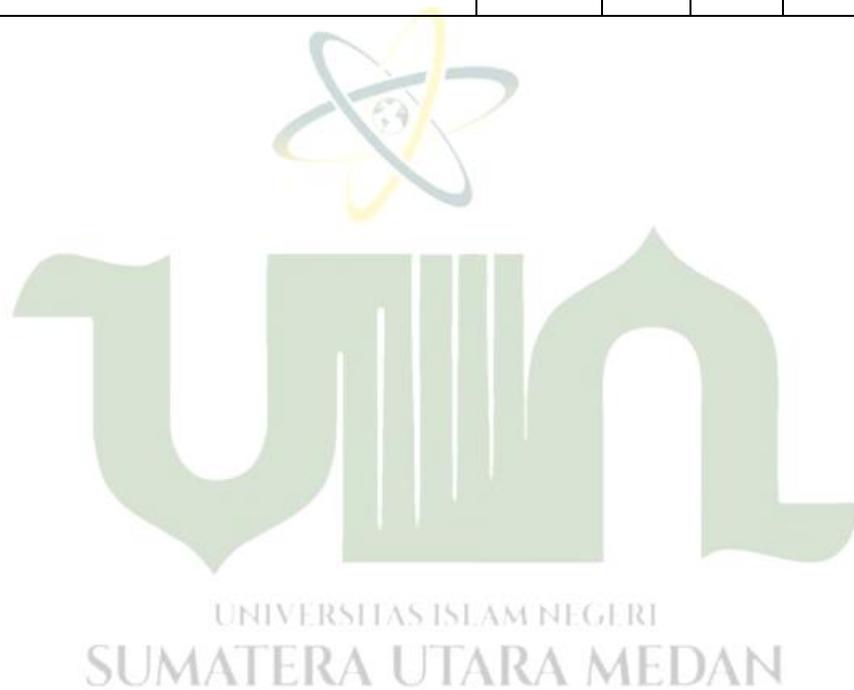
**C. Kuesioner *Customer Satisfaction* (Z)**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Berdasarkan pengalaman, saya merasa senang makan dan menghabiskan waktu di cafe waktu luang					
2	Saya puas dengan harga makanan dan kualitas yang diberikan di cafe waktu luang					
3	Cafe waktu luang telah memenuhi harapan sayasebagai pelanggan					
4	Saya merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan di cafe waktu luang					
5	Sayaakan merekomendasikan kepada pihak lainuntuk makan atau sekedar menghabiskan waktu di cafe waktu luang					

**D. Kuesioner *Customer Loyalty***

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Kemungkinan besar saya akan makan lagi di cafe waktu luang					
2	Saya sudah sangat sering berkunjung ke cafe ini					
3	Saya juga sudah pernah mengajak atau merekomendasikan cafe ini keteman-teman saya atau keluarga					

	saya					
4	Saya sangat suka makanan disini dan mencoba berbagai menu baru yang mereka rekomendasikan					
5	Saya tidak akan datang ke cafe lain. Saya merasa tempat, pelayanan, makanan, dan kenyamanan sudah sesuai dengan selera saya					



## Lampiran 2

### Surat Penelitian

#### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Doni Chandra

Jabatan : Owner Café Waktu Luang

Alamat : Jl Lintas Sumatera Dusun VI Sei Alim Ulu, Kecamatan Air Batu Kabupaten Asahan

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswi yang beridentitas dibawah :

Nama : Lily Nur Indahsari

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Telah menyelesaikan penelitian di Cafe Waktu Luang yang beralamat di Jl Lintas Sumatera Dusun VI Sei Alim Ulu, Kecamatan Air Batu Kabupaten Asahan selama satu bulan, terhitung mulai dari 28 November 2022 sampai 30 Desember. Untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Experiental Marketing* Dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan *Cafe Waktu Luang* di Air Batu”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Air Batu 30 Desember 2022

Owner Cafe Waktu Luang

Doni Chanda