

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT Raja Grafindo.
- Basu Swastha, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Liberty.
- Bulan, T. L., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Melek Finansial, Sosialisasi Orang Tua, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Bidik Misi. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2(2), 1–10.
- Dwi Supraptiningsih, J. (2021). Analysis of the Influence of Product, Price, Distribution, and Promotion on Consumer Purchase Decisions Using Go Food Application During the Covid Pandemic 2021. *Dinasti International Journal of Management Science*, 2(5), 795–807. <https://doi.org/10.31933/dijms.v2i5.878>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan. *Ilmu Amnajemen Dan Kewirusahaan*, 1(10.46306), 136.
- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.478>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (1st ed.). BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (1st ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Hasyim, U., & Ali, H. (2022). Reuse Intention Models Through Customer Satisfaction During the Covid-19 Pandemic : Cashback Promotion and E-Service Quality Case Study : Ovo Electronic Money in. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(3), 440–452.
- Heryanto, H., Hidayati, T., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 227. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.2277>
- Hilman, S. P. F., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rm Khas Sunda Mang Engking Juanda Di Jawa Timur. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 173–189. <https://doi.org/10.33369/insight.15.2.173-189>
- Huda, E. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Objek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang. *Jurnal Hotelier*, 3(2), 33–65. <http://hotelier.poltekindonusa.ac.id/index.php/view/article/download/66/48>
- Jayanti, S. E., & Siahaan, R. (2022). Price Factor Analysis, Word Of Mouth And Experiential Marketing On Customer Loyalty During The Covid-19 Pandemic (Case Study On The Tebing Tinggi Family Bakery). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(2), 408. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i2.883>
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Rajawali.

- Kotler, Philip, & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing Management* (Jilid 14). Pearson International Edition.
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition* (1st ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). Salemba Empat.
- Maskun, L., Soegoto, A. S., & Jorie, R. J. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Steiner Salon Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1268–1277.
- NST, M. F. R., & YASIN, H. (2014). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN OBAMA PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN. *JURNAL MANAJEMEN & BISNIS*, 12(2007), 703–712. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>
- Ritonga, H. M., & Fikri, D. N. (2017). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Andi.
- Schiffman, dan K. (2014). *Perilaku Konsumen* (Edisi ke 2). PT. Indeks Gramedia.
- Smilansky, S. (2017). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. (2nd ed.). Kogan Page.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip pemasaran, alih bahasa* (1st ed.). Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Sulong, M. F., Moniharapon, S., & Wenas, R. S. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citraland Real Estate Manado). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1039–1048.
- Syafarudin, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi*, 1(1), 1–10.
- Tjiptono, Fandi. (2014). *Spesifikriset kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan* (1st ed.). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Service, Quality dan Satisfaction*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (edisi kedua). Andi.
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, V. A. (2018). *Service Quality Dimensions. Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). MC Graw Hil Education.
- Zulfa Cahyani, A., Rahmat Hermawanto, A., & Leily Nasution, N. (2021). Analysis Price and Promotion

of Customer Loyalty in Modern Retail Shopping Centers in the Pandemic Time Covid-19 Through the Purchase Decision Strategy as Moderation. *Technology, and Organizational Behavior (IJTOB)*, 01(01), 2775–4936. <https://ijbtob.org>

