

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Satori, D., & Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (Ed.)). Bandung: ALFABETA, CV.
- Supomo, N.I. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntan dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFEE.
- Tohirin. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Tungga, A. W., Saputra, K. A. K., & Vijaya, D. P. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis (Pertama)*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Jurnal dan Skripsi

- Adinugraha, H. H. (2020). Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 150. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1692>
- Budiarto, J., & Pancaningrum, E. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 89–98. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.370>

- Chasanah, R. N., Muzammil, O. M., & Rowena, J. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Millennial Pada Platform E-Commerce. *National Conference of Creative Industry, September, 5–6*. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1276>
- Dharmawansyah, Ip. E. M. D. K. P. T. L. P. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu). In *Management Analysis Journal* (Vol. 2, Issue 2).
- Farisyah. (2012). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Intervening Variabel. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Ilmu Administrasi Niaga Kekhususan Pemasaran, Depok, Universitas Indonesia*.
- Fibrianti, N., & Hidayat, A. (2014). Pendidikan Konsumen Kepada Warga Desa Jetis Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang Terhadap Peran Lembaga Perlindungan Konsumen. *Jurnal Abdimas, 18(2)*, 97–103.
- Fransisca Andreani. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran, 2(1)*, 1–8. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/17009>
- H Idris. (2015). *Epistemologi Ilmu Pengetahuan, Ilmu Hadis, dan Ilmu Hukum Islame*.
- Haeba, brian; maguni wahyuddin; mongkito wahid. (2020). *pengaruh experiential marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah makan ayam goreng kalasan di kota kendari*. IAIN Kendari.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian, 1(10)*, 5.

- Kartikasari, D. (2013). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Penelitian Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Mengkonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), 74110.
- Kotler & Keller. (2008). Manajemen pemasaran : Jil. 1 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; alih bahasa Bob Sabran. Kotler & Keller. (2008). Manajemen pemasaran : Jil. 1 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; alih bahasa Bob Sabran. *Management Studies and Entrepreneurship*, 1(1), 64–7. *Management Studies and Entrepreneurship*, 1(1), 64–77.
- KUSUMO, R. A. B., CHARINA, A., & SUKAYAT, Y. (2017). Edukasi Ramah Lingkungan : Perspektif Gender Dalam Agribisnis Ekologis. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 6(1), 24. <https://doi.org/10.26418/j.sea.v6i1.21584>
- Nelwan, F., Mananeke, L., & Tawas, H. (2019). Analisis Faktor Determinan Keputusan Pembelian Digerai Starbucks Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5147–5156.
- Rini, E. S. (2009). *Menciptakan Pengalaman Konsumen*. 2, 15–20.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif dan R&D*. 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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1039–1049.
- Susilowati, S. V., Indriayu, M., & Sudarno. (2018). Pengaruh Pendidikan Konsumen dan Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi

- Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(2), 74–86.
- Syahadat, I, N. (2018). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA STARBUCKS COFFEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Starbucks Coffee di Bandung) THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING AS A MARKETING STRATEGY ON COFFEE STARBUCKS ON PUR*. 4(1), 42–62.
- Tambunan, K., & Widiyanto, I. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi kasus pada konsumen di Bandeng Presto Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 58–66. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Umnbrana, B. D. (2019). Analisis Pengaruh Pendidikan Konsumen Terhadap Kepuasan Pembelian Di Niko Busana Jember. *Al-Ashr: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran ...*, 4(2), 119–152. <http://ejurnal.uij.ac.id/index.php/alashr/article/view/748/691>
- wahab roby, wahyu budhi. (2020). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX (Survei Pada Konsumen Fortuna Motor Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Perjuangan (Jumper)*, 2(1), 31–34.
- Waidah, D. F. (2019). Pengaruh Faktor Pendapatan dan Pendidikan Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Sepeda Motor di Kecamatan Karimun Kepulauan Riau. *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 2(1), 138–147.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183>
- Wening, S. (2015). Membentengi Keluarga Terhadap Budaya Konsumersime dengan Nilai-Nilai Kehidupan dalam Pendidikan

Konsumen. *Jurnal Keluarga*, 1(1), 62–75.

