

DAFTAR PUSTAKA

- Adreani, Fransisca. 2007. *Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)*, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Aditya Ayu Laksmi dan Farah Oktafani (2016). Pengaruh eWOM terhadap minat beli followers instagram pada warung up normal *Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom Vol. V, Issue 12, December 2017 P.346-353*.
<http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2017/12/51220.pdf>
- Affifudin, 2013. *Dasar-dasar Manajemen*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Ahmad M. Zamil (2011). *The Impact of Word of Mouth (WOM) on the Purchasing Decision of the Jordanian Consumer*. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM) Vol.19, Issue. 11, PP. 23-27*.
<http://iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol19-issue11/Version-4/C1911042327.pdf>
- Buchari, Alma, 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. CV. Alfabeta, Bandung.
- Chih-Yun Yang (*The Study Of Repurchase Intentions In Experiential Marketing - An Empirical Study Of The Franchise Restaurant* 2009). Vol. 2 No. 2 Hal. 119-128.
- Danang Sunyoto. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Erni, & Kurniawan. 2017. *Pengantar Manajemen*, edisi 1, Kencana – Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2014, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 4, Andi, Yogyakarta.
- Fransisca Alfarah Gerarde 2015. Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan pembelian Café UNO Malang
http://theses.uin-malang.ac.id/1161/6/11510057_Bab_2.pdf
- Hery. 2017. *Pengantar Manajemen*, edisi 2: Gaya Media.
- Irawati (2012). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Perilaku *Electronic Word Of Mouth* Konsumen Macintosh (AppleInc). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol. 5, No.1.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/10396>

Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th, Global Edition*, Pearson Education Inc.

Laura Elvina, Faktor-Faktor Pembentuk *Experiential Marketing* (Pemasaran Pengalaman) dan Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Survei pada Pelanggan Starbucks di Bintaro Plaza Jakarta Selatan)”. *Jurnal EMBA* Vol. 2 No. 3 September 2014, Hal. 1737-1749.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5969>

Liang, JinLong,Chen,Ying-Yu (2013). *Gender Differences in the Relationship between Experiential Marketing and Purchase Intention*. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.1 Januari 2018, Hal.101-110.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/18831/18380>

Meity Purwaningrum (2008). Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian Konsumen pada Yamaha mio. *Jurnal Emba* Vol. 3 No. 2 Juni 2015, Hal. 592-604.

Methaq Ahmed Saudi Arabia (2014). Citra Merek ,EWOM dan Keputusan Pembelian *Journal of Adances in Management and Econimics*. Vol. 2, Issue 6, PP. 72-78.

M.KhoirulAnam (2014) *Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas, Dan Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Situs Jejaring Sosial Twitter Pada Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.

http://etheses.uin-malang.ac.id/1161/6/11510057_Bab_2.pdf

Nuruni Ika dan Kustini (2009). *Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product*. *Journal of Business and Banking*. Vol. 5 No. 1 May- October 2015, Hal. 149-162.

Omer Torlak, Behceet Y, M.Ali Turki (2014). EWOM, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Liaisons with Consumers*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 5, No. 11.

<https://core.ac.uk/download/pdf/151520686.pdf>

- Osin Tauli (2012). Pengaruh *emotion marketing* dan *experiential marketing* terhadap *customer loyalty* pondok khas melayu pekanbaru. Jurnal *Hospitality dan Manajemen Jasa* Vol. 2, No.1 Hal. 12-23.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1179>
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 9. Jakarta. Salemba Empat.
- Puji Rahayu dan Muhammad Edward Universitas Negeri Surabaya (2011). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax. *Vol. 2, Issue.4B, April 2017 P.433-445*.
- Raissa (2013). Analisis pengaruh *experiential marketing*, *perceived quality* dan *advertising* terhadap keputusan pembelian pada produk luwak white koffie. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 5, No. 3, Hal. 815-826.
[http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Jurnal%20Dede%20Aprisal%20\(08-29-17-05-40-58\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Jurnal%20Dede%20Aprisal%20(08-29-17-05-40-58).pdf)
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratih Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Sangadji, E.M, dan Sopiah 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Andi. Yogyakarta.
- Solomon, Michael R 2015. *Consumer Behaviour : Buying, Having, and Being*, 11 th Edition, Pearson Education Limited.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, CV. Alfabeta. Bandung.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.