

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haseeb Chaudhary, Mohsin Ali Khan, Rao Akmal Ali. 2017. *The Effect Of Integrated marketing Communication On Consumer Buyig Decision Of Internet Service (An Empirical Study Of Mobiling in Multan City)*. *Journal of Research in Marketing*. Vol.8. No.1. Page 630-634
<https://pdfs.semanticscholar.org/5d64/96364100e3df444215436ded3643391248e4.pdf>
- Agus Rahayu, Lilly Adiwibowo, Christianingrum. 2013. *Analisis Nilai Berbelanja Online Melalui Experiential Marketing*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Vol.04. No.1
<http://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/1007>
- Ahyar Yuniawan, I Made Sukresna. 2016. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Kepercayaan Merek, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan pembelian Produk Bubur Bayi Promina Bintaro*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol.15. No.1
<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/14053>
- Armstrong, Gary. 2012. *Principle of Marketing 14th edition*. New Jersey : Pearson Education.Inc.
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Chai-Lee Goi, Hui-Yiing Fu, Wen-Yi Ting, Wei-Yeii Go, Xiao-Kang Chin. 2013. *The Impact Of Marketing Communication On Buying Silver Online (Study on Young Generations Perception in Malaysia)*. *International Journal Of Trade Economics and Finance*. Vol. 4. No. 4. Page 173-175
<https://www.semanticscholar.org/paper/The-Impact-of-Marketing-Communications-on-Buying-on-Goi-Fu/2a4a2494d2d40d238fa2130fc1e15098d881a315jurnal>
- Cindy Oktorina Sidabutar, Suharyono Andriani Kusumawati. 2016. *Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Indonesia dan Malaysia*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.39. No.2. Hal 92-96
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1564>
- Danang Sunyoto. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus) Cetakan ke-1*. CAPS (*Center for Academic Publishing Service*). Yogyakarta.

- Ratu Mutialela Caropeboka. 2017. *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Andi (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Eddi Putra Brahma Densa, Dr. Ida N. Relawan. 2016. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian CD JKT 48 di Bandung*. *Jurnal e proceeding of Management*. Vol.3. No.3. Page 3621
<https://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3647>
- Fandy Tjiptono, 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 4. Andi. Yogyakarta.
- Indrawati, Ulfa Shafira Fatharani. 2016. *The Effect Of Experiential Marketing Towards Customer Satisfication on Online Fashion Store in Indonesia*. Asia Pacific Institute of Advanced Research (APIAR). Page 227-234
https://apiar.org.au/wp-content/uploads/2016/04/ICABSS_BRR771_BIZ-227-236.pdf
- Malayu S.P Hasibuan, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip and Armstrong. 2016. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 16th edition. New Jersey: Pearson Education,Inc.
- Leni Cahyani, Agus Maolana Hidayat, Harrie Lutfie. 2018. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Via Tv Commerce dan Iklan Radio Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Olx*. Vol.3. No.1. Hal 160-166
<http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/download/76/59/>
- Maria Fitria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- M.Chaerul Latief. 2009. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Mie Instan Indofood Semarang)*. *Jurnal The Messenger*. Vol.1.No.1. Hal.1-12
<http://journals.usm.ac.id/index.php/themessenger/article/download/172/142>
- Nanal Muna. 2016. *The Effect Of Virtual Experiential Marketing Toward Purchase Intention Of Electronic Product in Indonesia (Case Study Lazada)*
https://www.researchgate.net/publication/310287763_The_Effect_Of_Virtual_Experiential_Marketing_Towards_Purchase_Intention_Of_Electronic_Product_In_Indonesia_Case_Study_Lazada/link/582b065e08ae102f072069a8/download

- Nizar Rozaqie, Suharyono, Andriani Kusumawati. 2016. Analisis Faktor-Faktor *Experiential Marketing* dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan Kopi Legend Coffee Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* . Vol.38. No.1. Hal 32.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/1478/1857>
- Raissa Andrawina. 2013. *Analisis Pengaruh Experiential Marketing, Perceived Quality, dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Luwak White Koffie*. *Jurnal Manajemen*. Hal 1-9
http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/23983/1/Skripsi_Raissa%20Andrawina.pdf
- Rina Nur Chasanah, Oktavalia Marisa Muzammil, Janny Rowena. 2018. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Milenial Pada Platform e-commerce*. *Jurnal Ekonomi*. Hal 711-720
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/ncci/article/view/1276>
- Rudha Julianti, Sri Restuti. 2016. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Persepsi Resiko, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian Pada Online Shop (Studi Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)*. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*. Vol.8 No.3. Hal 1-21
<https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/view/5605/0>
- Sarinah, Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Budi Utama. Yogyakarta.
- Sartika Aprilia. 2016. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion (Studi Pada PT. Lautan Teduh Interniaga)*.
<http://digilib.unila.ac.id/22534/19/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>
- Staton, William J, 2014. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Y. Lamarto. Jilid satu. Edisi Kesepuluh. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono, 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, R & D*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Suparyanto dan Rosad, 2015. *Manajemen Pemasaran*. In Media. Jakarta.
- T. Hani Handoko. 2014. *Manajemen Edisi 2*. BPFY Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ulita Umbereen, Dr Tahir Ali. 2013. *Impact Of Integrated Marketing Communication On Consumers Purchase Decisions*. *Journal JISR-MSSE*. Vol 11. No.1. Page 25-37.

<http://jisr.szabist.edu.pk/JISRMSSE/Publication/2013/11/1/1401MSMS02.pdf>

Winda Restiani, Myrna Sofia, Roni Kurniawan. 2018. *Pengaruh Experiential Marketing dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kerupuk Siput Gong-Gong CV Kyria Rezeki*. Jurnal Manajemen. Vol.2. Halaman 1-15

<http://repository.umrah.ac.id/1695/>