

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Antari, Putu Evi Henda Niri, dkk. 2019. “Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Omzet Penjualan Usaha Agribisnis Di Denpasar”. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol.7, No.1. E- Issn: 2684-7728.
- Awaludin, Ahmad Jaenal & Andari. 2018. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Produk Umkm Berbahan Talas Di Kota Bogor”. *Jurnal Visionida*, Volume 4 Nomor 1.
- Amiyani. 2016. *BAB III Metodologi Penelitian*. Diakses oleh F Rahma 2018. <http://eprints.umg.ac.id/31/9/BAB%20III%20FIX.pdf>.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Ariawaty & Evita. 2018. *Metode Kuantitatif Bisnis*. PT. Bima Pratama Sejahtera. Cetakan pertama.
- Budiarto, joni dan Pancaningrum. 2019. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi”. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*. Vol 2 No 2. E-ISSN: 2654-4326
- Basu, Swastha. 2010. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BFPEUGM.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu, Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta. Penerbit Liberty.
- Farida Indriani, 2006, “Experiential Marketing Sebagai Suatu Strategi Dalam Menciptakan *Customer Satisfaction* Dan *Repeat Buying* Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran”. Volume 3, Nomor 1. Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, 2019. *Pemasaran: dasar dan konsep*. Qiara Media.
- Gusrizaldi, Rogi dan Komalasari. 2016. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan”. *Jurnal Valuta*. Vol.2 No. 2. ISSN: 2502-1419.
- Huda, Ersyafat. 2017. “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Objek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten

- Semarang”. Dalam *Jurnal Hotelier*. Vol. 3 Nomor 2. Surakarta. Politeknik Indonusa Surakarta.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.
- Imelda, Sri dan Hikmayanti Huwaida. 2016. “Strategi Promosi Guna Meningkatkan Omzet Penjualan Sparepart Dan Service Pada Pt Nusantara Borneo Motor Banjarmasin”. *Jurnal Intekna*. Volume 16, No. 2, Politeknik Negeri Banjarmasin, ISSN 2443-1060.
- Indriani, Farida. 2006. “Experiential Marketing Sebagai Suatu Strategi Dalam Menciptakan Customer Satisfaction Dan Repeat Buying Untuk Meningkatkan KinerjaPemasaran”. *Jurnal studi manajemen & organisasi*. [Http://Ejournal.Undip.Ac.Id/Index.Php/Smo](http://Ejournal.Undip.Ac.Id/Index.Php/Smo). Volume 3, Nomor 1.
- Jainudin, & Ernawati. 2020. “Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sosis BEMART Cabang Bima”. <http://Journal.trunojoyo.ac.id./pamator>. Volume 13 No. ISSN: 1829-7935
- Jaya, Putu Agus Semara. 2015. Pengaruh Biaya Promosi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa Pada Putra Mas Di Desa Bulian Tahun 2010-2014. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*. Volume: 5 No.1 Tahun 2015.
- Kotler, Philip dan K. L Kaller. 2012. *Manajemen Pemasaran* .Edisi 12. :Indeks.
- Marwanto, Aris. 2015. *Experiential Marketing*. Yogyakarta: Kobis.
- Musdilawati, Ajeng. 2014. “Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pt Kertas Padalarang Persero)”.
- Mranani, Novelia Asitha dan Swidiyah Desi Lastianty. 2019. “Analysis Of The Effect Of Experiential Marketing And Community Reference On Purchase Decisions. (Study In Surabaya Brain Coffee)”. *International Journal of Advances in Social and Economics*. Volume 1.
- Mukodim, D. 2015. *Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi*. Alfabeta. Bandung.
- Nabila, Rifda dkk. 2015. “Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Tahun 2014)”. <http://snpe.fkip.uns.ac.id>. ISBN: 978-602-8580-19-9.
- Nirmalasari, 2019. “Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Pada Pt. Gira Nirwana Putra Travel Medan”. Vol. 6 No. 2. ISSN: 2355-1500.
- Oeyono. Januar.T & Diah Dharmayanti. 2013. “Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Intervening Variabel Di Tator Cafe Surabaya TownSquare”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 2.

- Putri, Rami Syah & Indra Safri. 2015. "Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada Pt. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru" *Jurnal Valuta*. Vol 1 No 2, Oktober 2015, 298-321. ISSN : 2502-1419.
- Ramadhan, Panji Awan & afandi. "Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Rajawali Nusindo Cabang Malang". *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Issn :2407-3741.
- Sangadji, Dr.Etta Mamang dan Dr. Shopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Schmitt, B. 2011. *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. New York: Free Press.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Suhartanto, 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2004. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Siregar, dkk. 2018. "Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Car Di Kota Medan". *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 30 No 2. ISSN 2622-8351.
- Saputra, M. Irwan Trias dkk. 2016. "Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada Pt Hero Sakti Motor Gemilang Pusat Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 38 No. 1.
- Sinatra, Bernardi Avriandi & Melanni Mulyawati Sanjaya. 2019. "Pengaruh Kepuasan Konsumen Atas *Experimental Marketing Pandora Experience* Terhadap Loyalitas Konsumen". <http://journal.maranatha.edu>. Volume 11, Nomor 2. ISSN 2085-8698
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Andi.
- Tores, Rofal & STIE Rahmadiyah Sekayu. 2020. "Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Alfa Studio Sekayu". *Jurnal Manajemen Kompeten*. Vol.3. No.1.
- Triwibowo, Edi dan Jumiatur. 2019. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*. Vol. 4 No.1.
- Wulandari, Ayu Nur dkk. 2019. "Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Customer Loyalty* (Survei Pada Nasabah Yang Memiliki Tabungan Bank Negara Indonesia (Bni) Kantor Cabang Utama

(Kcu) Universitas Brawijaya Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 68 No.

Zahri, Afrisal, dkk. 2019. “The Effect Of Experiential Marketing On Customer Satisfaction At CGV Cinema In Palembang”. *International Journal of Scientific and Research Publications*. Volume 9, Issue 12, ISSN 2250-3153.

