

DAFTAR PUSTAKA

- Adistira, N., & Dwianto, A. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie*. *Kalianda Halok Gagas*, 5(1).
- Arianto, & Satrio. (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Badarudin, F. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Exterior Store Surabaya*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermaningtyas, S. A., Soegiono, P., & Darmawan, R. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi HI Coffee Surabaya)*. *Nusantara Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 9.
- Husein, U. (2019). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (11th ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Mafitra, A. (2022). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Indomaret Kota Pekanbaru. (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)*.
- Nasution, S. A., & S, S. (2020). *Pengaruh Lokasi Usaha, promosi, Kualitas Layanan, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brastagi Supermarket Rantaupapat*. *Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1.
- Nurjaya, & Waskita., N. I. D. (2021). *Menciptakan Pengalaman Konsumen Dengan Experiential Marketing*. *Agroscience.*, 11(1).
- Putri, M. U., & Sudrajat, A. (2021). *Pengaruh Cita Rasa dan Experiential Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen McDonald's Galuh Mas-Karawang)*. *Jurnal Humaniora.*, 5(1).
- Rachmad, Y. E. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Eureka Media Aksara.
- Smith., & Hanover. (n.d.). *Experiential Marketing : Secret, Strategies and Success Stories From The Worldas Greatest Brands*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (4th ed.). Alfabeta.
- Syafri, & Besra, E. (2019). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying (Survey: Pada Konsumen Kosmetik Transmart Kota Padang)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.

- Tantowi, AI, & Pratomo, A. (2020). *Pengaruh Suasana Toko dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Daong Pancawati. Jurnal Ilmiah Manajemen Serikat Pekerja*, 8(2).
- Thomson, A. (2016). *Crafting and Executing Strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (A. Diana (ed.)). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Service Quality & Satisfaction* (3rd ed). Andi Offset.
- W, B. (2019). *Experiential Marketing: Consumer Behavior, Customer Experience*.