

Daftar Pustaka

- Aditya, K.Y. Wardana, I. (2017). *Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana.
- Aghniya, Tabrani (2019). *Implementasi Metode Waterfall Pada Program Simpan Pinjam Koperasi Subur Jaya Mandiri Subang*.
- A.H Fahmi (2019). *Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Akbar Ibrahim (2009). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Kasus Loyalitas Pelanggan pada Kedaton Spa Semarang)*.
- Alma H. Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andreani, (2007) *Experiential Marketing yang diterapkan di PT.Transrekreasindo*.
- Agustina, 2011:127 *Devinisi Promosi dan Keputusan Pembelian*.
- Aprilia, F. (2015). "Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 24. No.1
- Batat, W. (2019). *Experiential marketing: Consumer behavior, customer experience and the 7Es*. Routledge.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek. Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gunawan, D. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing. Padangsidempuan: PT. Inovasi Pratama Indonesia*.
- Hermawan, A. (2017). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pemustaka Pada Perpustakaan Daerah Salatiga*. Ejournal Undip,
- Iriani, Yani & Barokah, Maria. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian LPG 3kg (Studi Kasus di PT Graffi Ferdiani Gerrits Energi)*. Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Widyatama Call Paper Pekan Ilmiah Dosen FEB – UKSW, 14 Desember.

- Joesyiana, Kiki. 2018. Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol.4, No.1.
- Kartajaya, Hermawan. *Memenangkan Persaingan Dengan Segitiga Positioning, Diferensiasi Dan Brand*. Bandung: Mizan Pustaka, 2007.
- Muhlis, Sulkifli (2021) *Pengaruh Loyalitas Merek, Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Word Of Mouth*. Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Palopo
- Noegroho Boedijoewono, *Pengantar Statistika Ekonomi dan Bisnis*. (UPP STIM YKPN, 2012).
- Pramesti, I.A.C., dan Rahanatha, G. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Terhadap Niat Beli Konsumen. *EJurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 7073–7101.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. Hlm. 1.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Hlm 80.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cipta Pustaka Media.
- Tjiptono, Fandy (2017). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tosema, Jefri. (2020). *Analisis Penerapan Experiential Marketing Pada Sport Centre Futsal Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada D'tifosi Futsal Pekanbaru)*. Skripsi Universitas Islam Riau.
- Yuliani, Shinta, P. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan *Experiential Marketing* Terhadap *Word of mouth*. Skripsi Universitas Indonesia
- Yuliawati, Sri (2021) *Pengaruh Digital Marketing Dengan Efektivitas Iklan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce*.