

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, A., dan Febsri S. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Parfum Lubeg Padang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang, 2018, hal 1 – 13.
- Arianto, T. H., dan Hadi P. *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kofisyop di Kota Yogyakarta peluang*. Equilibrium Jurnal Bisnis & Akuntansi, 2018, XII(1), hal 64–80.
- Fadhilah, C.,. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Generasi Millenial Pada Platform E-commerce Tokopedia di Kota Palembang*. Jurnal Manajemen, 2019.
- Gunawan, F. A., dan Astri W. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Chingu Korean Fan Cafe Bandung Tahun 2018)*. Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom. Desember 2018, 4(3), hal 1075–1084.
- Hertanto, E. *Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala*. Academia Education. September 2017.
- Irawan, I. C. *Analisis E-Marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online*. Journal of Economic Literature (JEL). Februari 2020, 9(2), hal 247–260.
- Lidwina, A. “Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia”, *Databoks*. 21 April 2021.
- Nurdiarsih, F. “Gaet Konsumen, Shopee Tawarkan Pengalaman Menarik”, *Liputan6.com*. 18 Oktober 2019.
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Jakarta, 2013.

- Rahayu, E. *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Journal of Science and Social Research*. Februari 2021, 1, hal 7–12.
- Sastika, W. *Analisis Pengaruh Kualitas Website (WEBQUAL 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website E-commerce Traveloka (Studi Kasus: Pengguna Traveloka di Kota Bandung Tahun 2015)*. Seminar Nasional Teknologi Infromasi dan Komunikasi, 2016, hal 649 – 657.
- Sejati, B. S. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Maret 2016, 5.
- Selfia, D. *Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Pusako Bukittinggi*. *JOM FISIP*. Oktober 2017, 4, hal 1–14.
- Sidabutar, C. O., Suharyo, dan Kusumawati, A. *Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Konsumen Sepatu Nike di Indonesia dan di Malaysia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Oktober 2016, 39(2), hal 92–99.
- Spssindonesia.com. Uji Linearitas. 2021. <http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1> (Diakses tanggal 19 Februari 2021)
- Spssindonesia.com. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov. 2021. <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html?m=1> (Diakses tanggal 19 Februari 2021)
- Spssindonesia.com. Uji Reliabilitas. 2021. <http://www.spssindoensia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html?m=1> (Diakses tanggal 19 Februari 2021)
- Tantowi, A. I., dan Anton W. P. *Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential*

Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. Program Studi Manajemen, Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan. Juli 2021, 8(2), hal 65–78.

Yuliawan, E., dan Mbayak G. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BankMandiri Cabang Medan Balai Kota*. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, April 2016, 6, hal 1–11

