

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Rumman, A. H., & Alhadid, A. Y. (2014). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. Review of Intergrated Business Economic Research*, Vol.3(1), 316.
- Alhadid, A. Y., & Alhadeed, Ali. Y. (2017). The Impact Of Social Media Marketing on Purchase Intention. Vol 11(11).
- Amelia. W. R.(2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pada Rumah Makan Beringin Indah Pematang Siantar. Vol 4 (1)
- Anonim.(2009). Studi Industri Kreatif Indonesia 2009. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2009.
- Arief. G. M., & Millianyani. H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. Vol 2 (3).
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi.. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). Opus creative economy outlook 2019.
- Barimbing. C. A. A., & Sari. D. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung). Vol 2 (1).
- Saidani. B., & Arifin. S.(2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. Vol 3(1). 7
- Darmanto & Sri ,W. (2016). Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Yogyakarta: Deepublish.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko. T. (2014). 1. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.
- Fajriani. A., & Sastika. W.(2016). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Steak Ranjang Bandung (Studi Kasus Pada Pengguna Instagram di Bandung Tahun 2016). Vol 6(1).
- Fatihudin, D., & Firmansyah. A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali.I.(2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. I.(2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ginting, A. M et,al. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Glanz. K., Rimer. K. B., & Vismanath.K. (2008). *Health Behaviour and Health Education. America: Jossey Bass*
- Gunelius. S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.*
- Halim. C. . 2010. Tip Praktis: Promosi Online Untuk Berbagai Event. Elex Media Komputindo.

- Hellaludin & Wijaya. H. (2019). Analisis Data Kualitatif. Makassar : Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Hendarsono. G.,& Sugiharto. S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Café Buntos 99 Sidoarjo. Vol.1 (2). 4
- Hanaysha. J.(2016). The Importance of Social Media Advertisements in Enhancing Brand Equity: A Study on Fast Food Restaurant Industry in Malaysia. Vol 7(2).
- Jatmiko. R. D.,& Andharini. S. N.(2012). Analisis Experiential Marketing Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Wisata. Vol 14 (2). 129
- Jusuf, D. I.(2018). Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15th Edition. Pearson Education,Inc.
- Kurniawan. A. W.,& Puspitaningtyas.Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta : Pandiva Buku.
- Magdalena. C., Harmein., & Nazaruddin. (2016). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening pada PT Sinar Sosro Tanjung Morawa. Vol 3 (1). 125
- Nurhayati & Murti. W. W.(2012). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. Vol.8 (2). 53
- Kristiani. P & Dharmayanti. D. (2017). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase dengan Variabel Intervening Perceived Service Quality dan Brand Image pada Industri Fast-Food Restaurant di Surabaya. Vol 3(1).
- Salmiah.S ,et.al. (2020). *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Saputri, M. E.(2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. Vol 15 (2). 292.
- Saraswati. R. Arifin. Z., & Yulianto, E. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
- Setyono. D. et.al.(2017). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Konig Coffee & Bar. Vol. 5(1), 5.
- Shinta, A. (2011). Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)
- Singh. M. (2012). *Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage*. Vol.3 (6). 40.
- Siyoto. S., & Sodik. A.(2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Smilansky. S. (2018). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences 2nd edition*. New York: Kogan Page. si
- Stefani. (2018). Pengaruh Persepsi Merek, Persepsi Harga, Saluran Distribusi, dan Aktivitas Promosi Terhadap Sikap dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Obat Kanker di Era Jaminan Kesehatan Nasional. Institute Teknologi dan Bisnis Kalbis.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono.(2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:PT Alfabet.
- Suyanto. S.(2011). Analisis regresi untuk uji hipotesis, Yogyakarta: Caps
- Syofian.S. (2015). Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tapriyal. V., & Kanwar.P. (2012). *Understanding Social Media*. London : Ventus Publishing ApS.
- Thejasukmana. V. A., & Sugiharto. S. (2014). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Konsumen The Vinnette (House of Bovin and Lynette) Surabaya. Vol 2 (1).
- Wulandari. P., Yanto. H.,& Pujiati. A. (2016). Perilaku Mahasiswa Bidik Misi Dalam Membeli Buku Kuliah. Vol 2, 124.



KALBIS Institute

Transforming • Hearts and Minds