

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. R., Budiwati, H., & Irwanto, J. (2019). Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk Dan Variasi Terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Produk Peneng (Studi Kasus Pada Konsumen Cv Mili Arta Lumajanga). *Journal Of Organization And Business Management*, 1, 17–21.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Amalia, N. (2016). Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jsmb*, 6(2), 1–13. [Http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Jsmb](http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Jsmb)
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(6), 473– 483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 Di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*, 18(2), 166–183. <https://doi.org/10.14710/jspi.v18i2.166-183>
- Budiarto, J., & Pancaningrum, E. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jmd: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 89–98. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.370>
- Bulele, E. Y. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 258–269.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). Communication and Persuasion Central and Peripheral Routes to Attitude Change. New York: Springer.
- Christopher, H., Sutiono, L., & Lesmana, R. (2021). Analisis Pengaruh Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bemua Emas Singkawang. 2.
- Dainton, Marianne dan Elaine D. Zelle (2019). Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Datta, V. (2017). A Conceptual Study On Experiential Marketing: Importance, Strategic Issues And Its Impact. *International Journal Of Research -*

- Dina, D. N. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani(Penelitian Pada Masyarakat Kaum Perempuan Di Kecamatan Cibitung Bekasi). *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 2(1), 1–10.
- Fanadaya, H., & Budiyanto. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 1–7.
- Gersom Hendarsono, S. S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8. [Http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Pemasaran/Article/View/524](http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/524)
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program Ibm SPSS 23. Edisi Delapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 181–190. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/140>
- Hanzaee, K. H., & Khosrozadeh, S. 2011. The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Information
- Juliany, E. (2021). Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Rantauprapat. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (Ebma)*, 2(1), 162–173.
- Kandemir, G., Pirtini, S., & Bayraktar, A. (2019). A Research On The Role Of Consumer Involvement And Product Knowledge Levels On Purchasing Decisions. *Turkish Journal Of Marketing*, 4(2), 162–183. <https://doi.org/10.30685/Tujom.V4i2.57>
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado. *Jurnal Emba*, 9(4), 1208–1217.
- Kotler, P. Dan Kevin L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P Dan Armstrong (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Pt Indeks.

- Kotler, K. L. (2008). *Marketing Manajemen*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1 Dialihbahasakan Oleh Bob Sebran Mm. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*, Edisi Ke-2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____. And G. Amstrong, 2011. *Principle Of Marketing*. 5th edition, Prentice Hall Internasional Edition, Englewood Cliffs, New Jersey
- Kusuma, A. W., & Wahyuati, A. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Dimoderasi Oleh Country Of Origin. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 3(2), 1–22. [Http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/1256](http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/1256)
- Lin, L & Chen, C. (2006). The Influence of The Country of Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decision: An Empirical Study of Insurance and Catering Service in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing*, Vol 23, Iss.5. p. 248-265
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of Human Communication* (Tenth). Waveland Press, Inc.
- Nasution, M. P. (2021). Perkebunan Rakyat (Studi Pada Petani Kelapa Sawit Di Desa Kuala Kemuning Kecamatan Teluk Dalam Kabupaten Asahan). *Prima Agri Sustainability (Pasus)*, 3(2), 13–25.
- Nazarudin, F. F., Amalia, A. A., Dhikriyah, L., & Wijaya, Y. (2021). *The Effect Of Country-Of-Origin Image, Product Knowledge, Product Involvement Toward Purchase Decisions Of Asus Laptops*. 4–5. <https://doi.org/10.4108/Eai.4-11-2020.2304574>
- Ongkosaputro, & Silintowe. (2017). Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Dan Keragaman Produk Dalam Keputusan Pembelian Produk Giordano. *Jurnal Modus Dan Ristekdikti*, 1(1), 1–10.
- O’o’keefe, D. J. (2016). *Persuasion Theory and Research Third Edition*. Sage Publication, Inc
- Pamungkas, N. L., Ibdalsyah, I., & Triwoelandari, R. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 100–114. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V4i2.539>
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V4i3.189>

- Rahmawati, I., & Hidayah, I. N. N. (2021). Analisis Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappuccino. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 843–848.
- Ruslim, T. S., & Andrew, R. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-22
- Sekar, M. dan Kalakumari, T. 2011. Experiential Marketing–Connecting Customer with Brands. Research paper. Coimbatore: Department of Commerce. Sri Krishna Arts and Science College
- Sinaga, Y., & Harti. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Its Milk Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Surabaya*, 4(3), 1–9.
- Situngkir, M. B., & Rahayu, Y. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *The 2 Nd Widyagama National Conference On Economics And Business (Wnceb 2021) Universitas Widyagama Malang* , 2(Wnceb), 174–183. [Http://Publishing-Widyagama.Ac.Id/Ejournal-V2/Index.Php/Wnceb](http://Publishing-Widyagama.Ac.Id/Ejournal-V2/Index.Php/Wnceb)
- Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Africa's Potential For The Ecological Intensification Of Agriculture*, 53(9 (Amdk)), 1689–1699.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Kustantina, K., & Darmawan, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daging Segar. *Jurnal Stei Ekonomi*, 31(01), 52–64. <https://doi.org/10.36406/Jemi.V31i01.611>
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Cv.Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Andi Offset. Yogyakarta
- Susanti, S., Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 169–178. <https://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/15>
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V8i2.328>

Tjiptono, F. (2008). Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset

Tobing, O. H. L., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Varian, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 95–104.
<https://doi.org/10.37641/Jimkes.V8i2.330>