

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Yulianingsih, Bethani Suryawardani. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Nexa Hotel Bandung tahun 2018)
- Carla Virenabia, Farah Oktafani. (2018). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (Ewom) Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Pada *Followers* Instagram Bandung Makuta
- Christianto Wijaya, Rita. (2014). Analisis Pengaruh *Social Media* Dan *E-WOM* Terhadap *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada *Purchase Decision* (Studi Kasus : Kafe Exhale Hookah Lounge Pantai Indah Kapuk)
- Cindy Octoria Sidabutar. (2016). Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Survei Konsumen Sepatu Nike di Indonesia dan di Malaysia)
- Deasy Rahayu. (2016). *Experiential Marketing* dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang (Survei pada pelanggan Warung Coto Abdullah Daeng Sirua, Kota Makassar)
- Fatmawati Martha Wahyuningtyas, Fauzi Achmad, Arifin Zainul (2017) *The Effect Of Experiential Marketing On Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi ke-5*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ilham Permana Putra. (2017). Analisis Pengaruh *Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Boedjangan Melalui Media Sosial Twitter
- Khorik Atul Aliyah. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Viral Marketing* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Konsumen Sfa Steak & Resto Karanganyar)
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, (16th Edition), New Jersey: Prentice Hall Published.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Horizon Edition. Pearson.
- Lubiana Mileva, Achmad Fauzi DH. (2018). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan Line)
- Mohammad Reza Jalilvand, Nada Samiei (2016) The Effect of Electronic Word of Mouth (e-WOM) on Brand Image and Purchase Intention : An empirical study in the automobile industry in Iran
- Nina Baudis (2016) The Influence of Electronic Word-of-Mouth on Buying Decisions on the Internet
- Rawin Vongurai, Dinesh Elango, Kitti Phothikitti, Usakorn Dhanasomboon (2018) *Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Trust Influence Purchase-Decision Involvement in Using Traveling Services*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Cetakan ke 8)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahmardi Yacob, Sry Rosita (2016) The Effect of Experiential Marketing on Customer's Brand Loyalty in Modern Retail Business: A Case Study of Jambi City in Indonesia
- Putri Hastina. (2017). Pengaruh Dimensi *Electronic Word of Mouth (E-Wom)* Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Grannysnest Di Bandar Lampung
- <https://www.instagram.com/burgerkillofficial>, diakses 7 Maret 2019.