

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Batat, W. (2022). *STRATEGIES FOR THE DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCES*. Edward Elgar Publishing Limited & William Prat House.  
doi:http://dx.doi.org/10.4337/9781800371897
- Chakti, A. G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING* (1st ed.). (Sobirin, Ed.) Celebes Media Perkasa.
- Cybellium. (2024). *Experiential Marketing (Concepts and Applications)*.
- Dharta, F. Y. (2024). *Pengantar Statistika untuk Ilmu Sosial*. (I. Ayesha, Ed.) Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS* (10nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS* (8th ed.). Annabel Ainscow.
- Harjadi, D., & Karmela Fitriani, L. (2024). *MARKETING (TEORI DAN KONSEP)* (1st ed.). Jawa Barat: PT Arr Rad Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2024). *Principles of Marketing* (19th, Global ed.). Pearson Education.
- Kusumawati, A., Sri Sentanu, I. E., Dewantara, R. Y., Azizah, D. F., Zakiyah, S., Aziz, M. U., & Supriono. (2023). *PERILAKU KONSUMEN DALAM PARIWISATA EVENT* (1st ed.). Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Leahy, R., Fenton, P., & Barry, H. (2022). *Experiential Marketing (Integrated Theory & Strategic)*. (M. Waters, Ed.) SAGE Publications Ltd, SAGE Publication Inc., SAGE Publications India Pvt Ltd.
- Mujito, Muharam, H., & Adyas, D. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (Sebuah Pengantar Untuk Pemula)* (1st ed.). (A. Fitriyanti, Penyunt.) Jawa Barat: EDU.
- NUGROHO, D. A., & SURYADI, N. (2023). *DASAR-DASAR DIGITAL MARKETING (Teknologi, Media Sosial, dan Strategi)* (1st ed.). Malang: UB Press.
- Putra, I. W. (2023). *MANAJEMEN RITEL (TEORI DAN STRATEGI)*. (Guepedia/Br, Penyunt.) Guepedia.
- Rustina, E. (2021). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Bening Pustaka.
- Saparuddin, Suhud, U., Hamidah, Ketut Agung Ulupui, G., Purwohedi, U., & Zulaihati. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS* (I ed.). (Alviana, Ed.) Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).

- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J., Salam, M. F., Hakim, R. M., . . . Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING (Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital)*. (Efitra, Ed.) Jambi: PT. Sonopedia Publishing Indonesia.
- Setiawa, D., Nurdiansyah, & Kushariyadi. (2024). *STRATEGI PEMASARAN (Konsep dan Inovasi Pemasaran di Era Digital)*. (Sepriano, & Efitra, Eds.) Jambi: PT. Sonopedia Publishing Indonesia.
- Siagian, N., & Silviani, I. (2023). *METODOLOGI KUANTITATIF*. (N. Siagian, Penyunt.) Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Siswati, E., Iradawaty, S. N., & Imanah, N. (2024). *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN IMPLEMENTASINYA PADA PERUSAHAAN KECIL* (1st ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Sugioyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian* (31 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo Nugroho, A., & Haritanto, W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistika (Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)* (1st ed.). (M. Kika, Penyunt.) Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Suryana, A., Risanti, P. Y., Andriyanto, & Nuryani, R. (2019). *Eksistensi Promosi di Era Digital*. (A. Suryana, P. Y. Dewi Risanti, Andriyanto, & R. Nuryani, Penyunt.) PT. Lontar Digital Asia.
- Tarjo. (2019). *METODE PENELITIAN (Sistem 3x BACA)* (1st ed.). Sleman: Deepublish (CV BUDI UTAMA).
- Tiwarly, A. (2023). *Content Marketing Fundamentals*. Book Bazooka.
- Umar, H. (2019). *METODE RISET MANAJEMEN PERUSAHAAN Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widiasworo, E. (2019). *MENYUSUN PENELITIAN KUANTITATIF UNTUK SKRIPSI DAN TESIS*. (Ilang, Ed.) Yogyakarta: Araska.

### **Jurnal:**

- Ardini, F. S., Lubis, W. N., Tarigan, B. E. N., Siburian, Y. M., & Sitindaon, N. (2024). *Building Customer Loyalty Through Experiential Marketing*. 4, 373–379.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52>
- Hadiyati, R. (2024). From Content to Commerce: Investigating the Role of Content Marketing in Driving Sales and Brand Engagement. *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, 1(3), 355–368. <https://doi.org/10.62207/sntdc635>
- Huda, M., & Anisa, F. (2020). The Influence of Experiential Marketing, E-Service Quality (WebBased Tracking System) And Trust On Customer Satisfaction In J&T Express Service Users In Kab. Pasuruan. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3), 78.

<https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.395>

- Irianto, D. R. (2020). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak (Studi pada Konsumen Mitra Bukalapak di Kota Malang). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Karuniatama, I. H., Barata, D. D., & Suyoto, Y. T. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel Di Indonesia. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(1), 28. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v7i1.277>
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Mailoor, T. R. ., Massie, J. D. ., & Tawas, H. N. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen Mobil Wuling Pada PT Kumala Cemerlang Abadi Wuling Motors Tomohon. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi.*, 9(3), 1644–1654.
- Manengkey, V. M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Kebun Strawberry D'MOOAT. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 64. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23558.64-71>
- Nasta'in, A. F., Samad, A., & Sujatmiko, S. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Pada Bekind.Id. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 38–52. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.211>
- Pelealu, M. J., Kindangen, P., & Tielung, M. V. J. (2022). the Influence of Content Marketing and Social Media Marketing Toward Online Shop Customer Loyalty At Tokopedia Customer in Sam Ratulangi University. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 328. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40298>
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>
- Simatupang, R. M., & Hutasoit, S. H. (2024). *THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING , CUSTOMER VALUE , AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AT WARUNG KOPI KLOTOK ,. 3.*
- Suhartapa, S., Sudaryana, A., & Supardi, S. (2024). Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada the Westlake Resto Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.47256/kji.v18i1.339>
- Yodi H.P, Widyastuti S, Noor, L. . (2020). the Effects of Content and Influencer Marketing on. *Dijefa*, 1(2), 345–357.

**Website:**

<https://bankjombang.co.id/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-terpopuler-di-indonesia-2022-ini-potensinya-pada-2025-mendatang/>

<https://jubelio.com/hasil-survei-dompot-digital-paling-favorit-di-indonesia/#:~:text=Berdasarkan%20data%20yang%20dikutip%20dari>

<https://www.instagram.com/gopayindonesia?igsh=MXg0Y25pNnU2NGdtdQ==>

<https://www.rri.co.id/bisnis/1058333/menteri-kominfo-dukung-kampanye-judi-pasti-rugi>

<https://fintech.id/id/community/aftech-members/66ca05c3d5d4ab5c2dfa3c9c>

[https://www.instagram.com/reel/DEM8sWWPYkL/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/DEM8sWWPYkL/?utm_source=ig_web_copy_link)

<https://nasional.tvrinews.com/berita/tsmddmx-kolaborasi-dengan-rhoma-irama-gopay-luncurkan-website-perangi-judi-online>