

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2022). Dikutip dari *CounterPointResearch.com*. Pada tanggal 26 November 2022.
- Adhitya Rahmat Taufiq, A. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Konsumsi Status pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Adisty, N. (2022). *Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia*. Dikutip dari GoodStat.id: <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>. Pada tanggal 2 Desember 2022.
- Agustin, A. (2022). *Grand Opening Samsung Multi Experience Store Bandung Electronic Center*. Dikutip dari Infobdg.com: <https://www.infobdg.com/v2/grand-opening-samsung-multi-experience-store-bandung-electronic-center/>. Pada tanggal 2 Desember 2022.
- Akgun, V. O. (2021). A Holistic Approach To The Concept of Experiential Marketing: A Literature Review. *Conference: 7th International Conference on Business and Economics Studie*.
- Anjarsari, V. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Universitas Telkom Angkatan 2016.
- Arviana, G. N. (2021). *Mengenal Experiential Marketing, Strategi Pemasaran Produk Melalui Pengalaman Berkesan*. Dikutip dari Glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/experiential-marketing/#.Y6-KQOwzbwc>. Pada tanggal 26 November 2022.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Kementerian Dalam Negeri.
- Benjamin Osterle, M. M. (2018). Brand worlds: Introducing experiential marketing to B2B branding. *Industrial Marketing Management*.
- Caroline Lystia Rut Winasis, H. S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.

- Chlistina, Z. (2021). *Samsung resmikan Multi-Experience Store pertama di Indonesia*. Dikutip dari tek.id: <https://www.tek.id/tek/samsung-resmikan-multi-experience-store-pertama-di-indonesia-b2cyl9kla>. Pada tanggal 27 November 2022.
- Dovel Pirmanto, M. L. (2018). *JENIS PENELITIAN MENURUT KEDALAMANANALISIS DATA*.
- Dr. Garaika, D. S. (2019). *metodologi Penelitian*. Lampung: CV. Hira Tech.
- ElChristo. (2022, Oktober 17). *Samsung Electronics Umumkan Perluasan Kemitraan dengan Google untuk Peningkatan Pengalaman Smart Home*. Dikutip dari futureloka.com: <https://futureloka.com/samsung-electronics-umumkan-perluasan-kemitraan-dengan-google-untuk-peningkatan-pengalaman-smart-home/>. Pada tanggal 2 Desember 2022.
- Erajaya. (2020). *Laporan Tahunan*. Erajaya.
- Handayani, D. R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Daerah Istimewa Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup Yogyakarta.
- Herfianto, P. (2021). *Pertama di Indonesia, Samsung Multi Experience Store dibuka di Senayan Park Mall*. Dikutip dari Gizmologi.id: <https://gizmologi.id/news/samsung-multi-experience-store-senayan-park/>. Pada tanggal 27 November 2022.
- Indrasari, D. M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irma Yanti Febrini, R. W. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Janie, D. N. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Joseph F. Hair Jr, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis Eight Edition*. United Kingdom: Annabel Ainscow.

- Khoirunnisa. (2021). *Samsung Resmikan Multi-Experience Store Pertama di Indonesia*. Retrieved from Selular.id: <https://selular.id/2021/02/samsung-resmikan-multi-experience-store-pertama-di-indonesia/>
- Lokito, S. A., & Dharmayanti, D. (2013). Analisis Pengaruh Experiential Marketing dan Customer Satisfact marketingion Terhadap Customer Loyalti Comedy Kopi di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Megandaru, A. G. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Experiential Marketing, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band BurgerKill.
- Michael F. Sulong, S. M. (2021). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA CITRALAND REAL ESTATE MANADO). *Jurnal EMBA*.
- Mussalman, M. M. (2022). ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, E-WOM DAN IKLAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI BIBIT.
- Nava Christine, R. B. (2019). Analisis Pengaruh Sense marketing, Feel marketing, Think marketing, Act marketing, dan Relate marketing terhadap Customer Loyalti Ami Salon di Kota Palembang. *STIE MDP*.
- Ni Nyoman Yuliarmi, A. A. (2019). *Metode Riset Jilid 2*. Denpasar: CV. Sastra Utama.
- Nurjaya, N. I. (2021). Menciptakan Pengalaman Konsumen dengan Experiential Marketing. *Agroscience*.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Philip Kotler, G. A. (2013). *Marketing*. China: Pearson Australia.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitaif*. Tangerang: Pascal Books.
- Prof. Dr. Ir. Sugiarto, M. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Rina Nur Chasanah, O. M. (2018). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN GENERASI MILLENIAL PADA PLATFORM E-COMMERCE. *Journal Economy*.
- Runar Bjørhovde, T. Z. (2022). *Canalys*. Retrieved from Canalys.com: <https://www.canalys.com/newsroom/global-smartphone-market-Q2-2022>
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing: A New Framework from design and Communications. *DMI*.
- Schmitt, B. (2010). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*.
- Setyawan, D. A. (2022). *Buku Petunjuk Praktikum Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data Menggunakan SPSS*. Poltekkes Kemenkes Surakarta.
- Slamet Riyanto, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sulistiyawan, B. (2020). *Kementrian Keuangan Republik Indonesia*. Dipetik Desember 2022
- Tentang Kami*. (2022). Dikutip dari Samsung.com: <https://www.samsung.com/id/about-us/company-info/>. Pada tanggal 26 November 2022.
- Top Brand Award. (2022). *Top Brand Index*. Dikutip dari Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>. Pada tanggal 2 Desember 2022.
- Uma Sekaran, R. B. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Yoelma, R., Tjandradinata, F., & Aurelia, V. (2022). *Indonesia's Smartphone Market Declined 12.4% YoY in 3Q22, IDC Reports*. Jakarta: International Data Corporation (IDC).
- Yudhistira. (2021). *5 Merk Hp Terbaik & Terlaris di 2022 (Versi IDC & Canalys)*. Dikutip dari Bhinneka.com: <https://www.bhinneka.com/blog/merk-hp-terbaik/>. Pada tanggal 27 November 2022.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik