

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyasin, B., dan Amie K. 2025. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Beli Konsumen Melalui Emotional Value dan Vunctional Value (Studi Pada Brewing Takeover Oleh Amin Coffee Roastery).” *Diponegoro Journal of Management*: 103, 95–106.
- Aizza, H.N., dan Salisah N.H. 2025. “Penggunaan Idol K-Pop New Jeans sebagai Brand Ambassador Indomie.” *Jurnal Audiens*: 39, 27-46.
- Amailadhinda, H.P., dan Dalih S. 2023. “Pengaruh Brand Image , Digital Marketing , Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo (Studi Empiris Pada Konsumen Mie Instan Lemonilo Di Kota Magelang).” *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*: 434, 424–438.
- Annisyak, W.N, dan Ali. 2025. “Pengaruh Citra Merek, Strategi Pemasaran Media Sosial, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.” *Journal of Business and Economics Research (JBE)*: 226, 225–233.
- Arianty, N, dan Ari A. 2021. “Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*: 47, 39–50.
- Dwiyantoro. 2019. “Analisis dan Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Smart Library AMIKOM Resource Centre dengan Metode Pieces Framework.” *Tik Ilmeu : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*: 115, 110–124.
- Efrizal, W. 2021. “Perilaku Konsumsi Mie Instan Pada Remaja di Bangka Belitung.” *Citra Delima : Jurnal Ilmiah Stikes Citra Delima Bangka Belitung*: 95, 94–100.

- Fakhrial, M.W, Permana A, dan Mohammad R.P. 2023. “Experiential Marketing Sebagai Strategi Menciptakan Loyalitas Generasi Z Pada Osing Deles Café and Resto Banyuwangi.” *Jurnal JEMPPER*: 495, 493–502.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Edisi 1. Jawa Timur: Qiara Media.
- Frenredy, W, dan Purnama D. 2020. “Dimensi Brand Image Untuk Memprediksi Brand Love Dan Brand Loyaty.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*: 1007, 1005–14.
- Friska, M. 2023. “Hubungan Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen: Model Konseptual.” *Arbitrase: Journal of Economics and Accounting*: 523, 521–526.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Harjadi, D., dan Iqbal A. 2021. *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Heriyani, W. 2022. “Mengenal Sejarah Indomie Berawal dari Mi Kuah Kaldu Ayam pada 1972 hingga Jadi Sajian Populer.” *iNews.id*: 04 November. Jakarta.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwan, E, dan Agung W. 2021. “Pengaruh brand image, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Pengguna ban forklift merek annair di Kota Batam).” *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*: 619, 609–24.

- Jeriansyah, dan Kifni Y. 2024. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Maskapai Nam Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah.” *Journal of Education Transportation and Business*: 330, 325–334.
- Kasakeyan, R.F., Tawas H.N, dan Poluan J.G. 2021. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado.” *Jurnal EMBA*: 1209, 1208–1217.
- Kotler, P, dan Kevin L.K. 2016. *Marketing Management 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Marsasi, E.G, Deni S, dan Yenni G.K. 2022. “Pengaruh Kesadaran, Asosiasi, Citra Dan Kesetiaan Terhadap Ekuitas Merek Pada Produk Mie Instan di Yogyakarta.” *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*: 20, 17–37.
- Mranani, N.A., dan Lastianti S.D. 2019. “Analysis of The Effect of Experiential Marketing And Community Reference on Purchase Decisions (Study In Surabaya Brain Coffee).” *International Journal of Advances in Social and Economics*: 42, 36–44.
- Pandiangan, K, dan Masiyono. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*: 475, 471–484.
- Pradana, M., Ida A, dan Abdul R. 2023. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan jasa pada LPK Barokah Kota Bengkulu.” *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*: 574, 571–580.
- Putri, A.S. 2024. “New Jeans jadi Global Brand Ambassador Indomie sekaligus Luncurkan Varian Tiga Korean Ramyeon Series.” *Fimela.com*: 31 Oktober. Jakarta.

- Ramadhani, F.Y., dan Ali H. 2025. “Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen dan Teknologi terhadap Keputusan Pembelian.” *Dinasti Information and Technology*: 147, 145–155.
- Riadi, E. 2016. *Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Safrianto, Y. 2019. “Menciptakan Pengalaman Konsumendengan Experiential Marketing.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*: 75, 74–96.
- Sari, P.W., dan Dwi M. 2025. “Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek.” *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 27(1): 81, 73–84.
- Sasoeng, Y.M, Rudy S.W, dan Christy N.R. 2025. “Analisis Pengaruh Experiential Marketing, Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Ritel Miniso Di Manado Town Square.” *Jurnal EMBA*: 57, 55–66.
- Setiadi, J.N. 2019. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi 3. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suniftah, T.A., dan Amron. 2023. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Janji Jiwa Semarang.” *Jurnal Mirai Management*: 474, 465–475.
- Utomo, F.H, Ilham K.R, Rachmawati, dan Sukma A. 2022. “Analisis strategi experiential marketing dalam mempengaruhi keputusan pembelian ulang minuman Staykult di Surakarta.” *Journal of Management and Digital Business*: 164, 161–175.

- Wicaksono, R.A., Ayu N.O, dan Moch S.A. 2023. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang.” *Solusi*: 17, 10–19.
- Wihalauw, R.O, Purbawati D, dan Wijayanto A. 2023. “Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Image Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Fitur Beautycam Shopee Merek Revlon di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*: 861, 855–864.
- Yam, J.H., dan Taufik R. 2021. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Ilmu Administrasi*: 96, 96–102.