

DAFTAR PUSTAKA

- Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 132–142. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v2i3.82>
- Apriani, A. (2021). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk sabun mandi lifebuoy terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen*. 1(2), 229–242.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Atma, F. W., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Lazada Indonesia. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(1).
- Bian, X., & Moutinho, L. (2011). The role of brand image, product involvement, and knowledge in explaining consumer purchase behaviour of counterfeits: Direct and indirect effects. *European Journal of Marketing*.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Chandra, H. (2008). *Marketing Untuk Orang Awam*. Jakarta: Maxikom.
- Daryanto dan Setyobudi, Ismanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media
- Durianto Darmadi et al. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro. Semarang.
- Fitia Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari. “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya” *JESIT* 20 No. 4.2015
- Ghozali, I. Latan, H. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hartono. (2011). Statistik untuk penelitian. Pustaka Pelajar. Hasyim, M., & Listiawan, T. (2014). Penerapan Aplikasi Ibm SPSS Untuk Analisis Data Bagi Pengajar Pondok Hidayatul Mubtadi'In Ngunut Tulungagung Demi Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Dan Kreativitas Karya Ilmiah Guru. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 28-35.
- Hermaningtyas, S. A., Soegiono, P., & Dermawan, R. (2022). NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA HI COFFEE SURABAYA) 1. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), 98–105. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Hidayani, S. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Olahan Ikan Ukm Gemilang Maju Jaya Desa Mantuil Kabupaten Tabalong*. 70. <http://repository.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/694>
- Ismail, R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah sebagai Preditor dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. Vol. 10, No. 2, September. 179-196.
- Ismiyanti, D. (2019). Pengaruh persepsi konsumen dan atribut produk terhadap keputusan pembelian tisu paseo di Yogya Kepatihan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 64–73. <http://journal.unla.ac.id/index.php/almana/article/view/444>
- 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.
- Kartajaya, H. (2010). *Connect-Surfing New Wave Marketing*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, (2007), *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Edisi Soft Cover, Mizan Media Utama, Bandung
- Khairani, D. A. (2021). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sirkah Purbantara Utama*, 10(19), 1–18.
- Khoiria, S. N., & Anwar US, K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 216–227. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.41>
- Komalig, A. (2013). Manajemen Hubungan Pelanggan dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Debitor Pada PT. Bank Sulut Cabang Calaca Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1145–1153. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2873>

- Kotler, Philip, (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (G. Edition (ed.); 14 Edition).
- Kotler, Philip. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : Bumi Aksara
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* Jilid 1. In Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Ketigabelah). Erlangga.
- Novita, S., Anita, E., Mubyarto, N., & Munsarida, M. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop. *Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1), 51–61. <https://doi.org/10.30631/makesya.v2i1.1215>
- Philip Kotler & G. A (2016) Indikator Harga (n.d.). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Atas Kosmetik Emina (Dan Minimarket Cikarang Baru). Januari 20, 2022 <https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/pb/AmbilLampiran/?ref=25508&jurusan=&jenis=Item&usingId>.
- Putri, M. U., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Experiential Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus konsumen McDonald's Galuh Mas-Karawang). *Jurnal Humaniora*, 5(1), 46–53. <http://jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- 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.
- Ritan, H. B., & Steel Industries, K. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA KEPUASAN PELANGGAN (*Studi Kasus pada PT Bumi Kaya Steel Industries*).
- Rondonuwu, P. (2013). Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 718–728. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2755>

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2017). *Perilaku Konsumen* (Zoelkifli (ed.)). PT. Indeks.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p20>
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori Aplikasi dengan SPSS*. Andi.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Hipotesis*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: CVAlfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujarweni, W., (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tjiptono, F. dan C. Gregorius. (2016). *Strategi Pemasaran*. Cetakan Empat. Andi Offset. Yogyakarta.
- Yuliawan, E., & Ginting, M. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota*. *Jwem (Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil)*, 6(1), 1-12.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TISU PASEO

Bapak/Ibu/Saudara/i yang saya hormati,

Saya Muhamad Fauqi Harafi, mahasiswa S1 Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Peradaban. Saat ini saya sedang melakukan penelitian sebagai tugas akhir dengan judul diatas.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang diberikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya mengucapkan terimakasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Jenjang Pendidikan Terakhir :
5. Apakah anda pernah membeli produk TISU PASEO? Jika YA silahkan lanjut pertanyaan selanjutnya, jika TIDAK silahkan stop.