

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Ahmadi, D. (2008). *Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar*. MediaTor (Jurnal Komunikasi), 9(2), 301-316.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Anjarsari, V., & Pradana, M. (2021). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Angkatan 2016)*. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Azizah, U. (2023). *Kedai Pinara Semarang Viral karena Cara Unik Memanggil Pelanggan, Yuk Coba!*. Detik Jateng. Diakses dari <https://www.detik.com/jateng/kuliner/d-6994717/kedai-pinara-semarang-viral-karena-cara-unik-memanggil-pelanggan-yuk-coba>. (14 Januari 2023)
- Derung, T. N. (2017). *Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat*. SAPA-Jurnal Kateketik Dan Pastoral, 2(1), 118-131.
- Iqbal, M. (2023) *Ternyata Ini Sosok Mas Mentik Wangi, Pemilik Kedai Pinara Semarang yang Punya Cara Unik Memanggil Pelanggan*. Diakses dari <https://radarsemarang.jawapos.com/kuliner/723169406/ternyata-ini-sosok-mas-mentik-wangi-pemilikkedai-pinara-semarang-yang-punya-cara-unik-memanggil-pelanggan%20> (24 Maret 2024)
- Lathifah, N. (2021). *Implementasi Experiential Marketing dalam Komunikasi Pemasaran The Hall Way Kosambi Bandung (Studi Kasus Experiential Marketing dengan Strategi Experieential Marketing Modules (SEMs) dalam*

Komunikasi Pemasaran The Hallway Kosambi Bandung). ARTCOMM: Jurnal Komunikasi dan Desain, Vol. 04 No. 02.

Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media

Masyitah. 2016. *Analisis Interaksi Simbolik Kaum Lesbian Butch Dengan Masyarakat Lingkungannya*. WACANA: Jurnal Ilmiah Komunikasi, Vol. 15 No.3, (hal: 181-279).

Nawang Sari, C. 2023. *Abidzar Girang Tirukan Lambaian Mentik Wangi di Kedai Pinara Semarang*. Diakses dari <https://batam.tribunnews.com/2023/10/06/abidzar-girang-tirukan-lambaian-mentik-wangi-di-kedai-pinara-semarang> (21 November 2023)

Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books, 1(1), 3-4.

Prastyka, R. C. (2018). *Analisis Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di Gudel Coffee, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan)*. (p. 112). Skripsi.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

Salva, S. F. R., & Putri, B. P. S. (2022). *Analisis Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram@honeeystuff_*. eProceedings of Management, 9(4).

Salwah, S., & Junita, I. (2016). *Hubungan Strategi Komunikasi Pemasaran Experiential dengan Kepuasan Pelanggan Chingu Korean Fan Cafe Bandung*. Prosiding Manajemen Komunikasi, 273-279.

Siregar, N. S. S. (2016). *Kajian Tentang Interakisonisme Simbolik Perspektif*, 1(2), 100-110.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Widya Padjajaran.

Smilansky, S. (2017). *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. Kogan page. P58-150.

Tantra, A., & Pribadi, M. A. (2022). *Peran Interaksi Simbolik dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Facebook (Studi Kasus Forum Jual Beli Game Online)*. *Kiwari*, 1(4), 605-612.

Widyastuti, S. (2018). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta

West, R., & Turner, L.H. (2007). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Buku 1, Edisi 3.

