DAFTAR PUSTAKA

Andreani, F. (t.t.). *Experiential marketing (Sebuah pendekatan pemasaran). Jurnal Manajemen Pemasaran, 2*(1).

Aryanto, M. R. G. (2024). *Implementasi experiential marketing dalam menjaga loyalitas pelanggan pada PT Wahana At-Taqwa Assalam.*

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (n.d.). *Halaman survei APJII.* APJII Survey

Badan Pusat Statistik. (2024). *Tingkat kegemaran membaca masyarakat dan unsur penyusunnya menurut provinsi, 2024.* BPS. BPS Statistik Membaca 2024

Bisnis.com. (2025, January 5). *Toko buku Periplus Plaza Senayan tutup mulai 7 Januari 2025.* Bisnis.com

Chandra Dwi Pranata. (2025, November 9). *Sentra toko buku Kwitang sepi bak kuburan, boroknya terbongkar.* CNBC Indonesia. CNBC Indonesia

Daniel, D., Aziz, A., & Mitari, M. (2025). *Implementation of differentiation strategy in increasing company competitiveness. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister.* Open Journal UNPAM

DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia.* DataReportal. DataReportal Indonesia 2025

Fakhri Fadlurrohman. (2023, June 23). *Toko buku tetap bertahan di tengah disrupsi digital.* Kompas.id. Kompas.id

Fitri Ramadhani. (2025, June 16). *Solusi Buku: Ekosistem literasi kolaboratif yang menyegarkan di tengah hiruk pikuk Kota Yogyakarta.* Kompasiana. Kompasiana

Hasan, K., Husna, A., & Fitri, D. (2023). *Transformasi komunikasi massa era digital antara peluang dan tantangan.*

Ikatan Penerbit Indonesia. (2024, June 5). *Minat pada buku cetak belum tergantikan, tetapi butuh dukungan.* IKAPI. IKAPI

Isik, O. (2025). Qualitative research approaches and data collection methods: Understanding meaning and experience. *Journal of Humanities and Education Development, 7*(6), 19–32. https://doi.org/10.22161/jhed.7.6.3

Kompas.com. (2023, May 22). *Setelah 70 tahun, Toko Buku Gunung Agung harus tutup semua outlet dan PHK karyawan.* Kompas.com

Kumparan Bisnis. (2025, May 31). *Toko buku kian tak laku.* Kumparan Bisnis

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.

Moch Wafi Fakhrial, Permana Agung, & Mohammad Riza Pahlevi. (2023). *Experiential marketing* sebagai strategi menciptakan loyalitas generasi Z pada Osing Deles Café and Resto Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, 2*(1), 492–503. https://doi.org/10.55606/jempper.v2i1.1058

Mojokstore.com. (n.d.). *Soft launching* 'Mojok Store'. Mojokstore. 'Mojok Store'

Nagasawa, S., & Otsu, S. (2015). Experience differentiation strategy (1): Concepts of consumer experiences. *Science Journal of Business and Management, 3*(2-1), 73–77.

Nikmah, M., & Siswahyudianto. (2022). Strategi diferensiasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani, 4*(1), 66–82. Jurnal Paramadina

Nurrani, I., Adiatma, D., & Rukma, D. F. S. (2023). Pengaruh instagramable dan media sosial pada keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Kebun Mawar Situhapa. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA).* https://doi.org/10.24843/JUMPA.2023.v10.i01.p01

Permatasari, A., Fauzani, M. R., & Fasha, M. T. (t.t.). *Business model innovation for traditional bookstores: A case study of Palasari Book Market in Bandung, Indonesia.*

Pramudhita, A. C., & Sukresna, I. M. (2024). Analisis strategi pemasaran *experiential marketing* produk Telkomsel Orbit di PT Telkomsel Regional Jateng-DIY. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 18*(4), 2957. https://doi.org/10.35931/aq.v18i4.3618

Rukmana, E. N., & Komariah, N. (2017). Strategi pemasaran informasi toko buku (Studi kasus di Toko Buku Jatinangor, Sumedang). *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 13*(2), 131. https://doi.org/10.22146/bip.28764

Safrianto, Y. (2019). Menciptakan pengalaman konsumen dengan *experiential marketing*. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, 1*(1). https://doi.org/10.35308/jbkan.v1i1.914

Sari, M. T., Wuryantari, H. P., Putri, F. S., Dewi, P. R., & Pertiwi, A. (t.t.). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan: Sebuah studi literatur.*

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands.* Free Press.

Schmitt, B. H. (2000). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate.* Free Press.

Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2015). Consumer experience and *experiential marketing*: A critical review. *Review of Marketing Research, 10*, 25–61. https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2013)0000010006

Sulistiawati, S., & Riofita, H. (t.t.). *Pentingnya konsep dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis.*

Thelia, E., & Sari, W. P. (2019). *Experiential marketing* Starbucks level core, forward, dan reserve. *Prologia, 3*(1), 80. https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6214

Wulandari, D. V., Sekarani, G. A., Yuniati, I., & Safitri, W. (t.t.). *Relevansi kalimat efektif dalam era digital yang penuh informasi.*

Wuryantai, Ag. E. W. (2013). Digitalisasi masyarakat: Menilik kekuatan dan kelemahan dinamika era informasi digital dan masyarakat informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 1*(2). https://doi.org/10.24002/jik.v1i2.163

Yasmin, M. A., Agata, N. E., Nauli, A., & Mauboy, R. V. (2024). Literature review: Marketing strategy marketing mix for local MSME. *Jurnal Disrupsi Bisnis, 7*(2), 287–294. https://doi.org/10.32493/drb.v7i2.35947

Yonatan, A. Z. (2025, March 3). *Survei GoodStats: Masih gemarkah publik Indonesia baca buku di era digital?* GoodStats. GoodStats

Yoga, M. R. D., Semara, I. M. T., & Sari, R. J. (2022). Peran fotografi dan promosi media sosial Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 2*(7). https://doi.org/10.22334/paris.v2i7.493

GoodStats. (n.d.). *Tempat favorit publik Indonesia beli buku.* GoodStats Data