

DAFTAR RUJUKAN

- A'isah Amini, *Implementasi Strategi Experiential Marketing dalam meningkatkan minat menabung masyarakat (studi kasus bank mega syariah cabang mataram)*, (Universitas Islam Negeri Mataram: Program Studi Perbankan Syariah FEBI, 2021). Skripsi
- Abraham Maslow, *Motivation and Personality*, 3rd ed. (New York: Harper & Row, 1987).
- Aditia Fradito, Suti'ah Suti'ah, and Mulyadi Mulyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (2020): 12–22, <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>.
- Afif Nur Rahmadi, Budi Heryanto, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahapeserta didik Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No. 2, (September, 2016)
- Agiesta et al. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KA lokal Bandung Raya. *JIMEA* Vol 5 No 2 (2021): 1653 – 1664
- Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016)
- Agus Zaenul Fitri and Nik Haryanti, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Mixed Methode dan R&D*, 1st edn (Malang: Madani Media, 2020),
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011),
- Ahmad Tanzeh. *Pengantar Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Teras, 2009).
- Ajzen, I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), (1991). 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

- Alamsyah M. N. *Strategi Pemasran Mutu Madrasah dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Pendidikan*. Disertasi. 2024
- Alfianto, Nasron, dan Edy Suryawardana, "The Influence of the Dimensions of Higher Education Service Quality on Student Satisfaction," *At-Taqaddum* 13, no. 2 (2022): 193–202. <https://doi.org/10.21580/at.v13i2.8280>
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Angkasa Puspa Negara, “MEMBANGUN EXPERIENTIAL MARKETING DAN EXPERIENTIAL RELIGIOSITY DALAM MENINGKATKAN TRUST, CUSTOMER INTIMACY DAN CUSTOMER LOYALTY PADA RITEL FASHION BUSANA MUSLIM DI KOTA SEMARANG” 9 (2022): 356–63, <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.11547>.
- Azmil Mufarrohah Hasan et al., “Strategi Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan School Branding,” *Pendas: Jurnal Pendidikan Dasar* 2, no. 1 (2024): 101–5, <https://ejurnal.mmnesia.id/index.php/PENDAS>.
- Bernd H. Schmitt, *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands* (New York: The Free Press, 1999), hlm. 32–40.
- Budianrno et al, Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: jurnal penelitian pendidikan dan ekonomi* vol 19, no 02 (2022): 226 – 233
<https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>

- Burhan Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005). hal 192
- Crow, L. D., & Crow, A. (1958). *Educational Psychology*. American Book Company.
- Daryanto. *Profesionalisme Guru dan Implementasi Kurikulum 2013*. (Yogyakarta: Gava Media, 2016), hlm. 44–46.
- Devy Anggie Tiara. *Pengaruh pemasaran hubungan, citra merek dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan galeri hijab lalascarf kabupaten tulungagung*. Skripsi. 2020
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2010). hal 166
- Dodik Priyambada, “Pentingnya Menerapkan Experiential Marketing di Sekolah,” *PWMU.CO*, diakses 18 Juni 2025, <https://pwmu.co/71224/08/06/pentingnya-menerapkan-experiential-marketing-di-sekolah-ini-lima-unsurnya>.
- E. Mulyasa, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 134.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press. (1995).
- Engelien Yusniar Permanasari and Nik Haryanti, “Dampak Experiential Marketing Pada Daya Saing Di Universitas Islam Balitar (UNISBA) Blitar,” *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 11, no. 3 (2023): 734–44, <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i3.848>.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2011)
- Fathurrochman et al.

- Fauziah Aqmarina and Husni Awali, “Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Platform E-Commerce Tokopedia,” *Journal of Islamic Economics (JoIE)* 3, no. 2 (2023): 93–106, <https://doi.org/10.21154/joie.v3i2.7049>.
- Fikri Wijaya, Addiarrahman Addiarrahman, and M. Taufik Ridho, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Merlung),” *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)* 5, no. 1 (2023): 01–16, <https://doi.org/10.55606/ai.v5i1.284>.
- Fitria Ika Agustina and Eluiz Yansirus Saniyah, “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Word of Mouth Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Customer Grab Mataram,” *Open Journal Systems* 16, no. 10 (2022): 7519–30.
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.
- Gusdi M. Pengaruh *experiential marketing* dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pengguna uang elektronik GO – PAY di kota Jambi. *Jurnal manajemen terapan dan keuangan (Mankeu)* vol 11 no 04 (2022): 933 – 946
- H Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hal 367
- H. C. Whiterington, *Psikologi Pendidikan*, terj. M. Buchari, (Jakarta: Aksara Baru, 1982), hal. 122

- H.B Sutopo, *Pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian kualitatif dalam (metodologi penelitian kualitatif: tinjauan teoritis dan praktis)*. (Malang: Lembaga Penelitian Universitas Islam Malang, tt). hal 111
- Hafiih AK R dan Wiryawan Driya. Pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan timezone mall boemi kedaton bandar lampung. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* vol 4 no 5 (2024)
- Haryanti, N. I. K. *Strategi Experiential Marketing Dalam Meningkatkan Mutu Dan Daya Saing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) Di Iain Tulungagung Dan Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*. Diss. IAIN Tulungagung, 2020. hal 76
- Hayani, Nurrahmi, dan Siti Alsukri, "Dimensi E-SERVQUAL dan Dampaknya Terhadap E-Satisfaction Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 679–686.
- Hendri , Setiawan Roy. *Pengaruh Motivasi Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Samudra Bahari Utama*. AGORA Vol. 5, No. 1, (2017)
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), (1982). 132–140.
<https://doi.org/10.1086/208906>
<https://blitarkota.bps.go.id/id/statisticstable/3/ZHpkb1ZtcDNZV2RHTlUweVdFZ3JhVkl3Ym1ScVp6MDkjMw==/number-of-schools--teachers--and-pupils-in-lower-secondary-schools-under-the-ministry-of-education--culture--research--and-technology-by-subdistrict-in-blitar-municipality--2022.html?year=2022>
- I Made Indra P. dan Ika Cahyaningrum, *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), 3.

- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th ed. (Semarang: Yogyakarta Badan Penerbit Undip, 2013).
- Imam Junaris dan Nik Haryanti, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), hal 80
- Intan Putri Cahyani et al., “Experiential Marketing Dalam Pengembangan,” *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2021, 228–42, <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/3796>.
- Irwan Fathurrochman et al., “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas,” *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 6, no. 1 (2021): 1–12, <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>.
- Ismi Adelia dan Oki Mitra,”Permasalahan Pendidikan Islam di Lembaga Pendidikan Madrasah,” *Jurnal Islamika: Jurnal Ilmu – Ilmu Keislaman* vol 21, no 01 (2021): 32 – 45
- Jamilah Aulia Hidayatul et al. *manajemen strategi pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat (studi multisitus di MTs Negeri 3 dan MTs Negeri 4 Jombang*. Tesis. 2023
- Januariani, Prim Masrokan Mutohar, dan Imam Fuadi, “Manajemen Pelayanan Pendidikan Inklusi Di SD Muhammadiyah 1 Tulungagung,” *Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2023): 18–30.
- John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 231

- Joko Salim, *10 Investasi Paling Gampang Dan Paling Aman*, (Jakarta: Visi Media, 2010), hal. 66
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 153.
- Kuriakose, R. Brand orientation and student brand equity in higher education: Evidence from India. *International Journal of Educational Management*, 37(3), (2023). 635–650. <https://doi.org/10.1108/IJEM-07-2022-0252>
- Librina Tria Putri, Litra Diantara, and Reza Pauwalisma, “Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Rotte Bakery Bangkinang,” *Manajemen Ekonomi Akuntansi Bisnis Digital Dan Kewirausahaan (MEKANISDA)* 2, no. 1 (2024): 96–102.
- M Ajeng Febrilia Setiani. *pengaruh kinerja produksi dan pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di happy viola al – Firdaus collection tulungagung*. Skripsi. 2021
- M YUSRIZAL and R S R Ameh, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Sekolah Menengan Kejuruan Muhammadiyah 1 ...” 1, no. 1 (2023): 1–10, <http://repository.radenintan.ac.id/22492/>.
- Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam* (Jakarta: Erlangga, 2007)
- Mulyasa, E. *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018)

- Mulyasa, E. *Pengembangan Kurikulum dalam Pendidikan Profesional Guru*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 74–75.
- Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Sleman: Deepublish, 2019).
- Nugroho, Tantry, "Pengukuran Kualitas Layanan Pendidikan Metode Servqual Dalam Rangka Menciptakan Loyalitas Peserta Pada Latsar CPNS," *Jurnal Widyaiswara Indonesia* 2, no. 4 (2022): 201–212. <https://doi.org/10.56259/jwi.v2i4.70>
- Nur Fadilah, dkk, Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian, *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Volume 14, No. 1, 4.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L., "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing* 64, no. 1 (1988): 12–40.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008) hal 57
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. diterj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008) hal 139.
- Philip Kotler dan Patrick T. Fox, *Strategic Marketing for Educational Institutions*, 2nd ed. (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1995), hlm. 45.
- Prim Masrokan Mutohar dan As'aril Muhajir, "Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Lembaga Pendidikan Islam," *Journal of Education and Religion* 3, no. 2 (2022): 69–86.

- Purbiyanto, Eko, Purwanto, dan Retno Wahyuningsih, "Evaluating Parent Satisfaction: The Impact of Educational Service Quality at an Islamic Kindergarten in Colomadu, Karanganyar," *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan* 15, no. 4 (2023): 1041–1050. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v15i4.4663>
- R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik* (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal 192
- Raja Zainal et al., "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022): 864–891, <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.11547>.
- Rina Suryani Oktariani dan Elia Ardyan, "Faktor-Faktor Penarik Calon Mahasiswa Memilih Jasa Pendidikan Tinggi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 13 No. 2 (2016), <https://www.researchgate.net/publication/324671700>.
- S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2005), hal 158
- Sadirman A.M., *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014)
- Santoso, W. C., Gunawan, A., & Tobing, D. S. K. Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan IKEA Ciputra World Surabaya melalui customer engagement. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 11(1), (2023). 1–8. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/27160>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. *Consumer Behavior* (10th ed.). Prentice Hall. (2010).
- Schmitt, B. H. *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. 1999. Free Press.

- Sigit Hananto dan Nurul hidayati Murtafiah, “Strategi Manajemn Pemasaran Pendidikan Madrasah,” *Jurnal An – Nur: Kajian Pendidikan dan Ilmu Keislaman* vol 8, no 2 (2022): 182 – 199
- Siregar, E. & Nara, I. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2019)
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Smilansky, S. *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. 2009. Kogan Page.
- Sofi Nur Awalia and Ari Setiawan, “Kepuasan Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image, Service Quality Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah,” *Journal of Management and Digital Business* 2, no. 3 (2022): 176–91, <https://doi.org/10.53088/jmdb.v2i3.155>.
- Sri Wahyuni Mega Hastuti Sudirman, “Strategi Promosi Berbasis Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Lembaga Pendidikan LP3I Kota Kediri” 21 (2021): 181–88.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016),
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2008)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung:ALFABETA, 2018)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sutikno, M. *Manajemen Pendidikan: Teori dan Aplikasi*. (Yogyakarta: Ombak, 2017)
- Sutisna, A. (2021). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.

- Syaiful Bahri Djamarah, Psikologi Belajar, (Jakarta: PT Rinek Cipta, 2002), hal. 156
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Riset*, Edisi 4 (Yogyakarta: Andi, 2017)
- Trilaksono A.I dan Prabowo B. Analisis pebgaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening: studi kasus pada gojek di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Raiba Journal* vol 5 no 1 (2023): 101 – 112
- Tuqa, R. F., & Widyastuti, H. Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan dan repurchase intention pada layanan GrabFood selama pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 14(1), (2023). 25–33.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/view/47422>
- Y.S. Lincoln, & Guba E.G, *Naturalistic Inquiry*. (Beverly Hill: SAGE Publication. Lnc, 1985). hal 301
- Yayah Chairiyah, “Sejarah Perkembangan Sistem Pendidikan Madrasah Sebagai Lembaga Pendidikan Islam,” *MA’ALIM: Jurnal Pendidikan Islam* vol 2, no 1 (2021): 48 – 60
- Yusniar Permanasari and Haryanti, “Dampak Experiential Marketing Pada Daya Saing Di Universitas Islam Balitar (UNISBA) Blitar.”
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D., *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 7th ed. (New York: McGraw-Hill, 2018)