

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. A. (2014). *Managing brand equity*. New York: Simon and schuster.
- Effendy, O. U. (2022). *Ilmu Komunikasi Teorik Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gunarsa, S. G. Y. (2015). *Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT. Libri.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management: Upper Saddle River*. London: Pears Education.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta Timur: Prenada Media Group.
- Siswoyo, D. (2014). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Pers.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, S. (2014). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Abarca Sánchez, Y., Barreto Rivera, U., Barreto Jara, O., & Díaz Ugarte, J. L. (2022). Fidelización y retención de clientes en una empresa líder de telecomunicaciones en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 729-743
- Dwicesa, A. R. (2021). PENGARUH BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP BRAND LOYALTY PADA USAHA GAIA. KU (Studi Kasus pada Pelanggan Gaia. ku di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9 (1).
- Hayuningrat, P. S. (2015). Media Literacy Khalayak Dewasa Dini Pada Tayangan Reality Show Di Televisi (Studi Kasus Pada Khalayak Reality Show Orang Ketiga). *Universitas Indonesia*.
- Ishak, S., & Abd Ghani, E. K. (2014). The effect of brand experience on brand satisfaction, trust and loyalty: A conceptual model. In Proceedings of the

International Conference on Social Science Research (ICSSR 2013). *Atlantis Press*.

Kristy, F., & Sari, W. P. (2021). Analisis Pemanfaatan Brand Experience terhadap Brand loyalty pada Brookland Coffee. *Prologia*, 5(2), 342-348.

Kuikka, A., & Laukkanen, T. (2012). Brand loyalty and the role of hedonic value. *Journal of Product & Brand Management*, 21(7), 529-537.

Lee, E. H., Goh, Y. N., & Mohd Noor, M. M. (2019). The influence of brand experience on brand trust and brand loyalty: Mediating role of brand attachment. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(10), 1075–1088.

Nel, R., & Heyns, G. (2017). Measuring commuters perceptions of service quality of selected public bus services in the city of Johannesburg. *Southern African Transport Conference*, 388–401.

Oktini, D. (2016). Hubungan Word Of Mouth Marketing Dengan Loyalitas Pelanggan Produk Kesehatan Merek Xxx Di Serang Banten. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 8(2), 78-95.

Rinaldy, R. (2014). Analisis Brand Loyalty Kartu Seluler Merek Mentari Dan IM3 Pada Konsumen di Kecamatan Summersari Jember.

Simpleks, B. S. (2020). *PERALIHAN PENGGUNAAN ALAT PEMBAYARAN KONVESIONAL KE DIGITAL PADA APLIKASI DANA* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).

Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh social media marketing terhadap customer engagement dan loyalitas merek pada akun instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185-198.

Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.

Website

CNBC Indonesia. (2022). *Wow! Pengguna DANA Kini tembus 100 juta*. Dikutip dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220225102823-51-318305/wow-pengguna-dana-kini-tembus-100-juta>

Luthfi, A. Okezone. (2014). *Di Indonesia, smartphone sudah menjadi kebutuhan utama*. Dikutip dari

<https://techno.okezone.com/read/2014/05/13/57/984293/di-indonesia-smartphone-sudah-menjadi-kebutuhan-utama>

Sovia Hasana, S. (2018). Klinik Hukum. *Dasar hukum uang elektronik jika masuk tol*. Dikutip dari <https://www.hukumonline.com/klinik/a/dasar-hukum-penggunaan-uang-elektronik-jika-masuk-tol-lt5a1e127fd6cf0>

