

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Aaker, D. A. (1996). *Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name*. New York: The Free Press.
- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Brakus, J. J., Bernd, H. S., Zarantonello, L. (2009). *Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?*
- Folley, J., Kendrik, J. (2006). *Balanced Brand: Strategi memenangkan pasar dengan menyeimbangkan kekuatan brand dan reputasi perusahaan*. Tangerang: Transmedia Pustaka.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasan: Benyamin Molan, Penyunting: Bambang Sarwiji, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: PT. INDEKS.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Perdana.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran: Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.

Schmitt. (1999), *Experiential Marketing, How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, to Your Company and Brands*. New York : The Free Press

Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA.

Susanto, A. B., Wijanarko, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta.

Sutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Damar Mulia Pustaka.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, F., Chandra, G. (2005). *Service: Quality Satisfactor*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta : Andi

### **Jurnal & Skripsi:**

Dahlan, M. (2010). Pemikiran Fenomenologi Edmund Husserl Dan Aplikasinya Dalam Dunia Sains Dan Studi Agama. *Jurnal Salam Jurnal Studi Masyarakat Islam*, 13(1), 21–33. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/salam/article/view/452>

Hadi, F. S., & Mustamu, R. H. (2016). Analisis Proses Suksesi Pada Perusahaan Keluarga Di Bidang Industri Makanan Ringan. *Agora*, 4(2), 83–88.

Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1146>

Jati, B. P. (2008). Membangun Hubungan Jangka Panjang melalui Rasa Percaya dan Komitmen Pengaruhnya pada Keunggulan Bersaing (Studi pada Outlet Selular PT Mobile-8 Telecom Tbk di Semarang). *Jurnal Bisnis Strategi*, 17(2), 160–176.

- Kurnianingtyas, L. Y., & Nugroho, M. A. (2012). Implementasi Strategi Pembelajaran Kooperatif Teknik Jigsaw Untuk Meningkatkan Keaktifan Belajar Akuntansi Pada Siswa Kelas X Akuntansi 3 Smk Negeri 7 Yogyakarta Tahun Ajaran 2011/2012. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 10(1), 66–77. <https://doi.org/10.21831/jpai.v10i1.922>
- Munawar, A., & Hasan, I. (2017). Strategi Komunikasi SPG Rokok Lucky Strike Mild dalam Meningkatkan Omzet Penjualan PT. Bentoel Internasional Investama Perwakilan Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(3), 1–11.
- Oematan, Y. L. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Brand Experience terhadap Brand Loyalty melalui Brand Trust pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya.*
- Oktavianus, A., Christin, M., & Malau, R. M. U.. (2016). *Pola Komunikasi dan Budaya Kelompok Komunitas Vespa (Studi Etnografi Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung) Patterns Of Communications and Cultural Community Groups Vespa.* 3(3).
- Pangestu, W. S. (2018). Place Brand Experience Wisatawan Malioboro terhadap City Branding DIY “Jogja Istimewa” (Studi Kualitatif Pada Pengalaman Wisatawan Malioboro). *Director*, 15(40), 6–13.
- Prokoso, D. K. (2019). *Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Trust Melalui Kepuasan Konsumen di Hotel Aston Jember.*
- Rahardjo, M. (2011). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif.* 68–70.
- Selnes, F. (1993). *An Examination of Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty.* European Journal of Marketing. Vol. 27, No.9
- Septiawan, R. (2020). *Strategi Pemasaran Objek Wisata Dermaga Wisata Sungai*

*Mesuji Di Kabupaten Mesuji*. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)

Sutjipto, V. W. (2014). Kompetensi Lulusan Prodi Humas UNJ (Studi Kasus Kompetensi Lulusan Prodi Humas UNJ di Perusahaan Swasta DKI Jakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 56–68.

Trimannah. (2012). Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3(1), 92–102.

**Website:**

Anwar, M. C. (2021, 6 April). *Berdiri Sebelum RI Merdeka, Ini PO Bus Tertua di Sumatera Barat*. Diakses Pada 21/04/2021.

<https://money.kompas.com/read/2021/04/06/100429126/berdiri-sebelum-ri-merdeka-ini-po-bus-tertua-di-sumatera-barat?page=all>.

NPM. (2020). *Buss NPM Bagikan Masker dan Hansanitiser kepada penumpang*.

Diakses Pada 18/04/2021. <https://busnpm.com/news/pt-npm-bagikan-masker--handsanitiser-kepada-penumpang>.

