

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anggoro, M.Linggar. (2000). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Clarissa, S. (2018). Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Brand Preference* pada Studi Komparasi antara Maxx Coffee dan Starbucks. *Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*.
- Charvia, K & Erdiansyah, R. Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap *Brand Trust* Studi pada Pengguna Ovo di Jakarta.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar
- Erdil, T. Sabri. (2015). *Effect of Customer Brand Perceptions on Store Image and Purchase Intention: An Application in Apparel Clothing*. *Journal of Marmara University*.
- Gentile, C., Spiller, N., Noci, G. (2007). *How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value with the Customer*. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama
- Kannedy, J.E & Soemanagara, R.D. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: Buana Ilmu Populer.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management, Second Edition*. Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14. Jakarta: Indeks
- Lawidjaja, Haryati. (2020, Oktober). “Hadirkan Pembayaran Digital LinkAja Resmi Menjadi Metode Pembayaran Transjakarta”. (Diakses 24 Oktober 2020 dari www.transjakarta.co.id)
- LinkAja. (2019, Juni). “FAQ - Tanya Jawab”. (Diakses 14 Agustus 2020 dari: www.linkaja.id)
- Mayer & Schwager. (2007). *Understanding Customer Experience, USA Harvard Business Review*, 1-12.
- Media Konsumen. (2017, Januari). “Keluhan Atas Barang atau Jasa yang Digunakan Oleh Konsumen”. (Diakses 19 Oktober 2020 dari www.mediakonsumen.com)
- Nazir, Moh. (1983). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nistanto, K Reska. (2019, Agustus). “10 Layanan Dompot Digital di Indonesia, Siapa Paling Populer?”. (Diakses 12 Oktober 2020 dari www.tekno.kompas.com)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2012, Juli). “Statistik Perbankan Indonesia”. (Diakses 24 Oktober 2020 dari: www.ojk.go.id)
- Riduwan, & Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Schmitt, B. H (1999). *Experiential Marketing; How To Get Sense, Feel, Think, Act, and Relate To Your Company and Brands*. The Free Press. New York.
- Sedarmayanti. (2002). *Metode Penelitian*. Mandar Maju: Jakarta.
- Similar Play. (2015). “Customer Reviews”. (Diakses 19 Oktober 2020 dari www.similiarplay.com)
- Soemirat, Soleh & Adianto, Elvinaro. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations Cetakan Kelima*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Susanty, Aries dan Najid Bangun Adisaputra. (2011). Pengaruh *Brand Image* Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kecamatan Banyumanik Semarang. *Jurnal Teknik Industri VI (3)*: 147-150
- Sutrisno, Hadi. (1991). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyanto, Joko. (2010). *SPSS For Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Suarakarta: BP-FKIP UMS.
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). *Corporate, Product, and User Image Dimensions and Purchase Intentions*. *Journal of Computers (69)*:1875.