

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Gad, Thomas, (2016). *Customer Experience Branding_Driving Engagement Through Surprise and Innovation*: Kogan Page

Jurnal Penelitian:

Ayu, R. S., Budiantono, B., Kunci, K., & Experience, B. (2023).

PENGARUHB RAND EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE DIMODERASI KUALITAS PELAYANAN (Studi pada Pelanggan CV . Indo RSVP Group di Kota Malang). 2(April).

Charvia, K., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Experience terhadap Brand Trust. *Prologia*, 4(2), 237–244.

Dion Eko Valentino, M. J. H. (2020). *PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE PADA HOTEL de JAVA BANDUNG*. 7(1), 1–20.

Farda, V. R. (2023). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya Mukbang Analisis Patologi Sosial Tentang Konsumsi Makanan Ekstrem Di Internet*. 25(2), 348–353.

Pekanbaru, P. L. P. I. K. K. (2020). *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi Vol. 7, No. 1 Juni 2020*. 7(1), 1–20.

Ranata, V. M., & Kristiyani, D. N. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. VALBURY ASIA FUTURES SEMARANG DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 1(2).

Sanusi, R. (2016). *PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN BRAND EXPERIENCE PADA PT. TELKOM INDONESIA WITEL JATENG SELATAN*. 15–32.

- Susila, T. (2023). Komunikasi digital. In Buku Dosen-2009 (Nomor July).
- Tulasi, D. (2012). *MARKETING COMMUNICATION DAN BRAND AWARENESS*. 45, 215–222.
- Wahyu, S. (2013). Pembuatan Video Company Profile Berbasis Multimedia Pada Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Karanganyar. *Seruni-Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika*, 1(1), 238–241.
- Wahyuni, A. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Wibowo, L. A. (2011). Experiential Marketing dan Branded Customer Experience Kaitannya dengan Loyalitas Pelanggan Restoran Dan Cafe Serta Dampaknya Pada Citra Bandung Sebagai Destinasi Pariwisata Indonesia. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 11(1), 48-60.
- Wulandari, A. (2024). *PERANCANGAN , IMPLEMENTASI , DAN EVALUASI CYBER BRANDING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PLATFORM AKUN SHOPEE UMKM MERAJUT ASA KITA*. 28(1), 178–188. doi: