

## DAFTAR PUSTAKA

- A'isyah, A. N. (2023). ANALISIS DRAMATISM DALAM STRATEGI BRANDING GEOFF MAX MELALUI PENGELOLAAN KARAKTER. *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id/*. [openlibrary.telkomuniversity.ac.id/](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/)
- Akgün, A. E., Koçoğlu, İ., & İmamoğlu, S. Z. (2013). An Emerging Consumer Experience: Emotional Branding. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 503–508. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.519>
- Annur, C. M. (2023). Banyak Orang Indonesia Sering Donasi Online Lebih dari 2,5% Penghasilannya. *Databoks.Katadata.Co.Id*.
- APA ITU BRAND? PENGERTIAN, FUNGSI & PENTINGNYA BAGI BISNIS. (2021). *Populix.Co*. <https://info.populix.co/articles/brand-adalah/>
- Ardiansyah, R. (2019). *PENKARYAAN PERANCANGAN AKTIVITAS BRANDING SNEAKERS LOKAL DENGAN STUDI KASUS MEREK SNEAKERS LOKAL COMPASS*.
- Budiarko, A. A. (2021). *YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI FENOMENOLOGI MAHASISWA SEBAGAI ENTREPRENEUR DI KOTA PEKANBARU (Teori Fenomenologi Alfred Schutz)*.
- Gokarna, P. (2021). Study of Customer Engagement through Emotional Branding. *Shanlax International Journal of Management*, 8(3), 11–20. <https://doi.org/10.34293/management.v8i3.3455>
- Kartika Sari, E., & Wijaya, S. (2019). *The Role of Emotional Brand Attachment and Customer Trust in Enhancing Customer Experience's Effect on Customer Loyalty Towards Beauty Clinics in Surabaya*. <https://doi.org/10.9744/ijbs.2.1.18-26>
- Kim, Y. K., & Sullivan, P. (2019). Emotional branding speaks to consumers' heart: the case of fashion brands. In *Fashion and Textiles* (Vol. 6, Issue 1). Springer. <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0164-y>
- Kuswarno, E. (2013). *Fenomenologi*.
- Livia. (n.d.). *ANALISA PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SUSHI TEI RESTAURANT SURABAYA*.
- Muhammad, N. (2023). 10 Negara Paling Dermawan di Dunia 2023, Indonesia Juara. *Databoks.Katadata.Co.Id*.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/16/10-negara-paling-dermawan-di-dunia-2023-indonesia-juara>
- Mulachela, H. (2022). KAMPANYE ADALAH PROSES KOMUNIKASI, INI CIRI-CIRI DAN JENISNYA. *Katadata.Co.Id.*  
<https://katadata.co.id/agung/berita/625538cd327a4/kampanye-adalah-proses-komunikasi-ini-ciri-ciri-dan-jenisnya>
- Musbirohah, N. N. (2023). PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI KERJA SAMA PENTAHHELIX (Studi Kasus Pengembangan Desa Wisata Tinalah Melalui Kerja Sama Pentahelix). *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id.*  
[openlibrary.telkomuniversity.ac.id/](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/)
- NGO di Indonesia\_ Yayasan atau Perkumpulan. (2023). *Legalnusa.Com.*
- Pennington, A. (2016). *The Customer Experience Book : How to Design, Measure, and Improve Customer Experience in your Business.*
- Persetujuan Bersama, D. (2013). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 17 TAHUN 2013 TENTANG ORGANISASI KEMASYARAKATAN.*
- Prasetio, A., & Abdullah, A. A. (2021). Pengaruh Customer Experience pada Event Urban Village terhadap brand Image Universitas Telkom. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi, XI(1).*
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Rama Adhypoetro, R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Rahayu, N. A. (2021). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND IMAGE PADA APLIKASI LINKAJA SKRIPSI. *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id.*  
[openlibrary.telkomuniversity.ac.id/](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/)
- Rahmawati, N. (2013). PENGARUH BRAND IMAGE DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP PEMBENTUKAN WORD OF MOUTH DI INDUSTRI TRANSPORTASI TRAVEL SHUTTLE SERVICE. *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id.*  
[openlibrary.telkomuniversity.ac.id/](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/)
- Saputri, D. R. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND IMAGE APLIKASI DANA. *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id.*  
[openlibrary.telkomuniversity.ac.id/](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/)
- Sastra, B. S. (2017). *MENGUKUR CUSTOMER EXPERIENCE UNTUK LAYANAN PENANGANAN GANGGUAN PRODUK TELKOM INDIHOME.*

Tamadesha, A. (2018). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY STARBUCKS BANDUNG. *Journal of Accounting and Business Studies*, 3(1), 18. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)