

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardyan, E., Kurnianingsih, H., Rahmawan, G., Wibisono, U., & Winata, W. (2016). Enhancing brand experience along with emotional attachment towards trust and brand loyalty. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, *18*(1), 33-44.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Aulianda, M. (2020). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Image Terhadap Willingness To Pay A Price Premium Dengan Brand Love Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pemilik Mobil Merek Honda HRV di Samarinda). *Jurnal Riset Entrepreneurship*, *3*(2), 71-79.
- Bambang, B., Lubis, A. R., & Darsono, N. (2017). Pengaruh Brand image, Brand personality, brand experience terhadap brand love dampaknya pada brand loyalty Gayo Aceh Coffee PT. Oro Kopi Gayo Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, *8*(3).
- Barlian, E. (2018). Metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif. <https://doi.org/10.31227/osf.io/aucjd>
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, *2*(2), 127-133.
- Chandra, J. W., & Keni, K. (2021). Brand Experience Untuk Memprediksi Brand Attitude Pada Konsumen Sporting Brand. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, *23*(1), 93-110.
- Cici, C., & Mardikaningsih, R. (2022). Pengaruh Kepribadian Merek, Pengalaman Merek, dan Cinta Merek The Body Shop terhadap Loyalitas Merek. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, *2*(4), 93-99.
- Devi, B. C., Hoyyi, A., & Mukid, M. A. (2015). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada layanan internet speedy di kota semarang menggunakan partial least square (pls). *Jurnal Gaussian*, *4*(3), 485-495.
- Dyah Wiastuti, R., & Sigar, G. (2021). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Restoran. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, *9*(2).
- Faisal, M., & Kraugusteeliana, K. (2019). Analisis Behavioral Intention Pada Penggunaan Digital Payment Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model 3 (Studi Kasus Pada Aplikasi Linkaja). *SEINASI-KESI*, *2*(1), 37-47.
- Faisal, M., & Kraugusteeliana, K. (2019). Analisis Behavioral Intention Pada Penggunaan Digital Payment Dengan Menggunakan Metode Technology

- Acceptance Model 3 (Studi Kasus Pada Aplikasi Linkaja). *SEINASI-KESI*, 2(1), 37-47.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling (Edisi kedua)*. Banten : Universitas Terbuka
- Ferrinadewi, E., & Djati, S. P. (2004). Upaya mencapai loyalitas konsumen dalam perspektif sumber daya manusia. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 6(1), 15-26.
- Hafiyyan. (2019). *Penumpang BRT Semarang Tumbuh 57%* . Bisnis Jateng Dan DIY.  
<https://semarang.bisnis.com/read/20190719/536/1126500/penumpang-brt-semarang-tumbuh-57> (12 Agustus 2022)
- Hanifah, S., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2018). Gambaran Brand Experience Dan Brand Love Iphone Pada Komunitas Fanspage Facebook Iphone Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(1), 1-10.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- jatengprov.go.id. (2018, April 18). *Selain Murah dan Nyaman, BRT Trans Jateng Jadi Cara Kurangi Kemiskinan*. Portal Berita Provinsi Jawa Tengah.  
<https://jatengprov.go.id/publik/selain-murah-dan-nyaman-brt-trans-jateng-jadi-cara-kurangi-kemiskinan/> (27 Desember 2022)
- Kurniasih, I. D. (2012). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan (Studi pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1).
- Latifah, N. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Experience Terhadap Brand Loyalty pada Iphone Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(1), 147-162
- Lumba, M. G. (2019). Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Price Pada Pembeli Iphone Di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Madeline, S., & Sihombing, S. O. (2019). The impacts of brand experiences on brand love, brand trust, and brand loyalty: an empirical study. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 20(2), 91-107.
- Meisenzahl, J. (2017). *Correlation of brand experience and brand love using the example of FlixBus*. <https://www.theseus.fi/handle/10024/134716>
- Millatina, B., & Afifah, B. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Brand Love Pada Produk Retail Bangunan Modern. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 52-60.

- Nailis, W., Fitrianto, E. M., & Karim, S. (2021). Ketika cinta hadir: Pengaruh Brand Love terhadap EWOM dan Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, *19(2)*, 117-128.
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Jurnal Raudhah*, *5(2)*.
- Noorlitaria Achmad, G., Hidayah, S., Zainurossalamia, S. Z., & Mutia Hasanah, S. (2020). The influence of brand image, Brand Personality and Brand Experience on Brand Love and Their Impact on Brand Loyalty of Cellular Card Users. *AFEBI Economic and Finance Review*, *5(1)*, 65-77.
- Pertiwi, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati, A. (2017). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *5(2)*, 20-35.
- ppid.semarangkota.go.id. (2022). Rute BRT Trans Semarang dan Feeder di Kota Semarang.Ppid.Semarangkota. <https://ppid.semarangkota.go.id/kb/jalur-rute-brt-trans-semarang-dan-feeder-di-kota-semarang/> (30 Desember 2022)
- Primasanti, Y., Sulistyadi, K., & Sebriana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Brt Trans Jateng. *Prosiding*, 416-426.
- Putra, T. W., & Keni, K. (2020). Brand experience, perceived value, brand trust untuk memprediksi brand loyalty: Brand love sebagai variabel mediasi. *Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *4(1)*, 184.
- Qomariyah, L., & Haryadi, D. (2022). Meningkatkan Loyalitas Merek Dengan Pengalaman Merek Melalui Cinta Merek dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, *23(1)*, 38-57.
- Ratnawati, A., & Lestari, A. A. (2018). Peran Brand Trust Dalam Memediasi Brand Experience, Brand Personality Dan Brand Community Terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *19(2)*, 185-202.
- Rita. (2020, April 13). *Brand Experience*. Binus. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2020/04/13/brand-experience/> (2 November 2022)
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, *4(4)*, 279-284.
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand image, customer satisfaction dan customer loyalty jaringan supermarket superindo di surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *13(1)*, 27-34.

- Setyawan, J. L. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Experience, dan Word of Mouth terhadap Purchase Decision pada Konsumen Baskhara Futsal Arena Surabaya. *Agora*, *6*(1).
- Shanti, M. (2019). Analisis Konsep Cognitive-Affective-Behavior (CAB) dalam Pembentukan Brand Loyalty. *Ekonomi Bisnis*, *24*(2), 56-64.
- Stefany, S., Padmalia, M., & Effendy, J. A. (2021). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Love Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Iphone Di Surabaya [The Effect Of Brand Experience On Brand Loyalty With Brand Love As A Mediation Variables On Iphone Users In Surabaya]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, *16*(1), 115-127.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Non Parametris Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2017).*Metode Penelitian*. Bandung:Alfabeta.
- Sunaryo, N. F., & Tjandra, A. K. (2014). Analisis Faktor-faktor Pembentuk Komponen Brand Experience Di Platinum Grill Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, *2*(1), 189-203.
- Suprpti, S., Muliatie, Y. E., Sarie, R. F., & Jannah, N. (2022). Pengaruh sensory experience, emotional experience dan social experience terhadap customer satisfaction pada layanan pengemudi ojol perempuan di Prigen. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, *4*(Spesial Issue 4), 1921-1928.
- Trans Semarang.(2023, Juni 18). Di Wikipedia. [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Trans\\_Semarang](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Trans_Semarang).
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *AL-Fathonah*, *1*(1), 342-351.