

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, S. (1994). *Marketing Public Relation Upaya Memenangkan Persaingan*. Jakarta: Lembaga Management.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Adhandayani, A. (2020). *MODUL METODE PENELITIAN 2 (KUALITATIF)*. Jakarta: Universitas Esa Unggul. Retrieved from Universitas Esa Unggul.
- Akbar, M. F., Evadiani, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Jakarta: Ikatan Guru Indonesia.
- Akil, R. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Mc Donald Bojongsari Depok dalam Mencapai Top of Mind Pelanggan. *Brand Communication*, 1-15.
- Amirotu, I. (2023, Desember 14). *Telkom University*. Retrieved from Pengertian Data, Fungsi, Jenis-jenis, Manfaat dan Contohnya : <https://telkomuniversity.ac.id/pengertian-data-fungsi-jenis-jenis-manfaat-dan-contohnya/>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aswardi, Lubis, Y., & Lubis, S. (2019). Analisis Peranan Sumber Daya Manusia Dalam Pencapaian Kinerja Perusahaan pada PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) Regional Medan . *AGRISAINS: Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 31-37.
- atinternet.com. (2025). *Media Coverage*. Retrieved from atinternet.com: <https://www.atinternet.com/en/glossary/media-coverage/>
- Azizah, V. N. (2024). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, MOTIVASI KERJA, KEPUASAN KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP LOYALITAS PADA KARYAWAN PT KAI DAOP 5 PURWOKERTO. *Repository UIN SAIZU*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2024, Mei 8). *Jumlah Penumpang Kereta Api di Wilayah Daop V Purwokerto*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas: <https://banyumaskab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTYxIzI=/jumlah-penumpang-kereta-api-di-wilayah-daop-v--orang-.html>
- Bahriyah, E. N. (2019). *Konsep Marketing Public Relations - Universitas Esa Unggul*. Retrieved from Universitas Esa Unggul: https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/pluginfile.php?file=%2F177560%2Fmod_resource%2Fcontent%2F1%2FModul%201%20Konsep%20MPR.docx
- Balqis, P. (2024, Februari 9). *Top of Mind: Kunci Untuk Jadi yang Paling Diingat*. Retrieved from OSC MEDCOM ID: <https://osc.medcom.id/community/top-of-mind-kunci-untuk-jadi-yang-paling-diingat-6424>

- Cooper, J. (2023, Juni 18). *Three Mandates Marketers Must Adopt to Build Brand Trust 2023*. Retrieved from Edelman Trust Barometer: <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer/special-report-brand-trust/three-mandates-build-trust>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dalman, H. (2016). *Keterampilan Menulis*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dealls! (2024, November 28). *Canvassing Adalah: Cara Kerja, Keuntungan, dan Kekurangannya*. Retrieved from Dealls!: <https://dealls.com/pengembangan-karir/canvassing-adalah>
- Denzin, L. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research 5th Edition*. New York: Sage Publications.
- DPMPTSP. (2025). *Jalur Kereta Api di Jawa Tengah*. Retrieved from DPMPTSP (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Jawa Tengah: <https://ppid.dpmptsp.jatengprov.go.id/sarpras/5>
- Dream Farm Agency. (2024, Juni 20). *What is Top of Mind Brand Awareness and How to Measure It?* Retrieved from Dream Farm Agency: <https://dreamfarmagency.com/blog/top-of-mind-brand-awareness/>
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, W., & Supraktikno. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- E. G. Guba, Y. S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. New York: Sage Publications.
- EduNitas. (2021). *Daerah Operasi V Purwokerto*. Retrieved from EduNitas: https://wiki.edunitas.com/eng/114-10/Daop-V-Pwt_98578_eduNitas.html
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fajrin, M. P. (2024, May 8). *IRPS Purwokerto Hadiri Pembinaan Komunitas Pecinta KA di Daop 5 Purwokerto*. Retrieved from Indonesian Railway Preservation Society: <https://irps.or.id/2024/05/irps-purwokerto-hadiri-pembinaan-komunitas-pecinta-ka-di-daop-5-purwokerto/>
- Fareena. (2024, Juni 20). *What is Top of Mind Brand Awareness and How to Measure It?* Retrieved from Dream Farm Agency: <https://dreamfarmagency.com/blog/top-of-mind-brand-awareness/>
- Fatimah, F. N. (2015). *Teknik Analisis SWOT*. Bogor: Quadrant.

- Firdaus, A. I. (2020). Pengaruh digital engagement dan gamifikasi terhadap work engagement karyawan yang bekerja di Jakarta dan Tangerang. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 265-285.
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks.
- Gita. (2023, Oktober 26). *Indikator adalah: Pengertian, Jenis, dan Contohnya*. Retrieved from Kerjoo.com: <https://kerjoo.com/blog/indikator-adalah/>
- Grunig, J. E. (2023). Public Relations, Social Inclusion, and Social Exclusion. *Sage Journals*, Vol 25.
- Harris, T. L., & Whalen, P. T. (2010). *The Marketers Guide to Public Relations in 21st Century*. Bandung: Telkom University.
- Hasanah, H. (2016). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). *Jurnal at-Taqaddum Volume 8*.
- Helsper, E. J., & Eynon, R. (2013). Distinct skill pathways to digital engagement. *European Journal of Communication*, 696-713.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 14-28.
- Hidayatullah, M. T. (2021). Analisis SWOT Strategi Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19 Umi Katering Kecamatan Kaliwungu. *Repository IAIN Kudus*.
- Huang, G. (2009). Platform Variation and Content Variation on Social Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects. *Taylor and Francis Online*, 396-433.
- Humas Indonesia. (2020, Juli 25). *"Storytelling" Untuk Perkuat Reputasi*. Retrieved from Humas Indonesia: <https://www.humasindonesia.id/berita-storytelling-untuk-perkuat-reputasi-334>
- Ideoworks. (2021, September 17). *Ideoworks*. Retrieved from Mengenal Push and Pull Strategy dalam Dunia Digital Marketing: <https://ideoworks.id/mengenal-push-and-pull-strategy-dalam-dunia-digital-marketing/>
- Indonesia Spicing The World. (2024, Juni 21). *MENYELAMI PERAN BRAND ADVOCATE DALAM HIDUP-MATINYA BISNISMU*. Retrieved from Indonesia Spicing The World: <https://indonesiaspicingtheworld.com/menyelami-peran-brand-advocate-dalam-hidup-matinya-bisnismu/>
- Isdianti, H. (2024, Oktober 24). *Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Faktor, & Indikatornya*. Retrieved from Barantum: <https://www.barantum.com/blog/kepuasan-pelanggan/>
- J. C. Andrews, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communication Tenth Edition*. USA: Cengage Learning.

- Jannah, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG Journal*, 9-17.
- Javier, F. (2024, Mei 14). *Jumlah Kecelakaan Berdasarkan Moda Transportasi*. Retrieved from Tempo: <https://www.tempo.co/data/data/jumlah-kecelakaan-berdasarkan-moda-transportasi-991226>
- KAI. (2025). *Logo dan Budaya Perusahaan*. Retrieved from KAI: https://www.kai.id/corporate/about_kai/
- KAI. (2025). *Visi dan Misi*. Retrieved from KAI: https://www.kai.id/corporate/about_kai/
- Kamiliya, F. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Top of Mind Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Seblak Mantan Jombang. *JURILMA: Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1-9.
- KBBI. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan)*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): <https://kbbi.web.id/konten>
- Kevin, K., & Paramita, S. (2020). Komunikasi Pemasaran Terhadap Brand Awareness Brand Rockickz. *Prologia*, 4(1), 147-152.
- Kiely, T. (2024, Oktober 11). *How to Create PR Strategy*. Retrieved from Meltwater: <https://www.meltwater.com/en/blog/how-to-create-a-pr-strategy>
- Kotler, P. (2016). *Making Management. 15th Edition*. Jakarta Barat: Universitas Tarumanagara.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Lestari, D. A., & Mustafidah, A. A. (2024). Strategi Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) Dalam Meningkatkan Pelayanan Jasa Transportasi Kereta. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 152-157.
- Messineo, R. (2024, September 26). *Strategic Analysis: What It Is & How To Do It Effectively*. Retrieved from ClearPoint Strategy: <https://www.clearpointstrategy.com/blog/strategic-analysis#:~:text=Strategic%20analysis%20is%20important%20because,informed%2C%20data%2Ddriven%20decisions>.
- Miles, M. H. (2014). *Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook, Edition 3*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Moelong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nandy. (2021). *Word of Mouth: Pengertian, Cara Kerja, Manfaat, dan Strateginya*. Retrieved from Gramedia: https://www.gramedia.com/literasi/word-of-mouth/?srsltid=AfmBOopGQYsig80B3I2wVw4n-kQKDjfUmqMDskoHXJs2zU936xhx5_nX

- Naswati, A. P. (2023). TRATEGI PUSH, PASS DAN PULL MARKETING DALAM MENARIK PELANGGAN DI KEDAI KOPI (Studi Pada Kedai kopi Bangoen Djaya). *Universitas Nasional*.
- Nuraini. (2023, Maret 1). *Bagaimana Cara Menjadi Brand Top of Mind?* Retrieved from Tada: <https://blog.usetada.com/id/bagaimana-cara-menjadi-brand-top-of-mind>
- Olivianita, M., & Anggraini, R. (2023). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Pesan Antar Makanan Online. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 46-63.
- Parasati, M. (2024, Desember 20). *Peran Feedback Loop untuk Tingkatkan Kualitas Pelayanan Bisnis*. Retrieved from MitraComm Ekasarana: <https://mitracomm.com/feedback-loop/#:~:text=Feedback%20loop%20telah%20menjadi%20strategi,pelanggan%20dengan%20lebih%20baik%20lagi>.
- Patton, M. (1980). *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Pujaastawa, I. B. (2016). *Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi*. . Denpasar: Universitas Udayana.
- Purwanto, P. (2025, Januari 14). *Sepanjang 2024, KAI Daop 5 Purwokerto Berangkatkan 3,9 Juta Penumpang*. Retrieved from Suara Merdeka Banyumas: <https://banyumas.suaramerdeka.com/ekonomi/0914337797/sepanjang-2024-kai-daop-5-purwokerto-berangkatkan-39-juta-penumpang>
- Pusat Data dan Teknologi Informasi - Kementerian Perhubungan. (2024). *PERGERAKAN PENUMPANG Angkutan Lebaran 2024*. Retrieved from Sistem Informasi Angkutan dan Sarana Transportasi Indonesia (SIASATI): <https://dashboard-siasati.dephub.go.id/event-ng?t=ANGLEB>
- Radityasani, M. F., & Kurniawan, A. (2024, 12 30). *Inovasi Bus di Indonesia: Teknologi Canggih 2024*. Retrieved from Kompas: <https://otomotif.kompas.com/read/2024/12/30/090200015/inovasi-bus-di-indonesia--teknologi-canggih-dan-desain-modern-2024?page=all>
- Rahmadani, A. N., & Setiyarini, T. (2022). Strategi Marketing Public Relations (Push, Pull, Pass Strategy) Rumah Sakit Islam Surabaya. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 44-49.
- Rahmah, Z. F. (2023, Oktober 25). *4 Tahun Transformasi KAI sebagai BUMN demi Indonesia Maju*. Retrieved from Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7001737/4-tahun-transformasi-kai-sebagai-bumn-demi-indonesia-maju>
- Rahman, N. F. (2024). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION PT. KERETA API INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PENGGUNA KAIPAY. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, Vol. 18, No. 4.

- Rahmat, Z. (2022). MARKETING PUBLIC RELATIONS (MPR) SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Pajak dan Keuangan (PKN)*, 315-325.
- Raihan, F. (2025, April 7). *Angkutan Lebaran, Daop 5 Kerahkan Tim Mobile dan Railfans*. Retrieved from RRI Digital: <https://rri.co.id/purwokerto/arus-balik-mudik/1437143/angkutan-lebaran-daop-5-kerahkan-tim-mobile-dan-railfans>
- Railway Enthusiast Digest. (2020, Juni 20). *A Little Story About Railfans #KamiRailfans*. Retrieved from Redigest: Railway Enthusiast Digest: <https://redigest.web.id/2020/06/galeri-kamirailfans/>
- Rakatiwi, Y. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Komersialisasi Non Angkutan (KNA) Pada PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi (Daop) Lima Purwokerto. *Repository UIN SAIZU*.
- Randi. (2018). *Teori Penelitian Terdahulu*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. T. (2014). *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior) Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ronda, A. M. (2018). *Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi : Tinjauan. Teoritis, Epistologi, Aksiologi*. Tangerang: Indigo Media.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Rusmawan, U. (2019). *Teknik Penulisan Tugas Akhir dan Skripsi Pemograman*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Safrudin, A. (2025, Januari 14). *Penumpang KAI Daop 5 Purwokerto Meningkatkan 18 Persen*. Retrieved from Radar Banyumas: <https://radarbanyumas.disway.id/read/128093/penumpang-kai-daop-5-purwokerto-meningkat-18-persen>
- Sapto Haryoko, B. F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Saputra, S., & Ardila, N. W. (2021). PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATION TERHADAP PRODUCT BRAND IMAGE LAYANAN KERETA API KELAS BISNIS DI PT. KERETA API INDONESIA PERSERO. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Volume 11, Nomor 1.
- Sari, C. F. (2024). Analisis Marketing Public Relations Event Jambi Night Market dalam Membentuk Brand Image. *Journal of Dialogos*, 21-27.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM SEBUAH PERENCANAAN KEGIATAN. *Jurnal Studi Indisipliner Perspektif*, 12-19.
- Singh, A. (2021). Signifikansi Proses Penelitian dalam Pekerjaan Penelitian.

- Sitanggang, D. D. (2022, Agustus 2). *Detik Jabar*. Retrieved from Purposive Sampling adalah: Berikut Contoh, Tujuan, dan Rumusnya: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6212440/purposive-sampling-adalah-berikut-contoh-tujuan-dan-rumusny>
- Soemarsono. (2018, Oktober 19). *SDM (Sumber Daya Manusia). Pilar Penting Atas Keberhasilan dan Kegagalan Organisasi*. Retrieved from Intress Indonesia Treasury: <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/palangkaraya/id/data-publikasi/berita-terbaru/2825-sdm-sumber-daya-manusia-pilar-penting-atas-keberhasilan-dan-kegagalan-organisasi.html>
- StickEarn. (2022, Desember 20). *Inilah 4 Tingkatan Brand Awareness & Cara Meningkatkan*. Retrieved from StickEarn: <https://stickearn.com/insights/blog/tingkatan-brand-awareness>
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Susanto, A. (2013). *Sistem Informasi Akutansi*. Bandung: Universitas Jenderal Achmad Yani.
- Susanto, S. H., & Wisudawaty, H. (2024). Analysis Of Marketing Public Relations Strategies In Increasing Competitiveness. *ARRUS (Journal of Social Sciences and Humanities)*, 456-466.
- Syafnidawaty. (2020, November 8). *Pengertian Data Primer*. Retrieved from Universitas Raharja: [https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/#:~:text=Menurut%20Danang%20Sunyoto%20\(2013%3A21,perusahaan%20dan%20dari%20sumber%20lainnya](https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/#:~:text=Menurut%20Danang%20Sunyoto%20(2013%3A21,perusahaan%20dan%20dari%20sumber%20lainnya).
- Syarifudin, A. (2024, November 4). *Memahami Pengertian Peak Season, High Season dan Low Season*. Retrieved from HotelmU: <https://www.hotelmU.id/blog/read/103/pengertian-peak-season-high-season-dan-low-season.html/>
- Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 395-406.
- Triono, R. (2019). Implementasi Kebijakan Perubahan Tata Ruang Pasar Tradisional di Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. *Repository Universitas Panca Marga Probolinggo*.
- Utama, A. N. (2024, Agustus 24). *Apa Itu Content Creator?* Retrieved from RRI: <https://rri.co.id/lain-lain/926584/apa-itu-content-creator>
- We Are Social. (2025). *We Are Social*. Retrieved from Special Report Digital 2025, Your Ultimate Guide to the Evolving Digital World: <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

- Wilson, S. (2020). Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mengukuhkan Brand Sweetescape (Studi Kasus pada PT SweetEscape Kenangan Indonesia). *Knowledge Center*.
- Wiraditi, R. B., & Sudiby, A. (2020). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image PT. Brodo Ganesha Indonesia. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, Vol. 2, No. 1, 51-72.
- Yanuar, S. (2025, Januari 17). *Daop 5 Purwokerto Catat Kenaikan Peserta Edutrain Lebih dari 200% Sepanjang 2024*. Retrieved from SerayuNews: <https://serayunews.com/daop-5-purwokerto-catat-kenaikan-peserta-edutrain-lebih-dari-200-sepanjang-2024>
- Yogie. (2025). *Kata Trend*. Retrieved from SCRIBD: <https://www.scribd.com/document/446861706/KATA-TREND>
- Z. Abdussamad, A. R. (2016). Strategi Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Kinerja Pelayanan Publik di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Manajemen*, 262-277.

