

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, H. V., & Utami, W. (2021). The effect of brand experience, brand personality and brand trust on brand loyalty. *Journal of Business and Management Review*, 2(12), 861-871.
- Ahyar, H., Andriani, H., Sukmana, D. J., Hardani, S. P., MS, N. H. A., GC, B., ... & Istiqomah, R. R. (2020). Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Aulia, A., & Mulyadi, D. (2024). Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Pada Galeri Pusat Oleh-Oleh UMKM Karawang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 107-113.
- Aulia, S. (2023). Penciptaan Brand Awareness Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Iklan Videotronik 3d Mobil Wuling. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 463-472.
- Azizan, N., Ismail, H. Z., Fadzli, A. M., & Ishar, N. I. M. (2023). Strategies to Improve Brand Awareness Through Social Media Marketing. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 16(2).
- Azizan, N., Ismail@Chik, H., Fadzli, A., & Mohd Ishar, N. I. (2023). Strategies to Improve Brand Awareness Through Social Media Marketing. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 16, 223–239. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v16i2.45646>
- Barokah, L. N. (2019). *Analisis Pengaruh Brand Trust, Brand Satisfaction dan Brand Affect terhadap Brand Loyalty (Studi pada Konsumen Frisian Flag di Kecamatan Kebumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Binrany, Y. A., Manurung, O. T., Tarigan, C. P., Saragih, L. S., & Putriku, A. E. (2024). Analisis Media Sosial dalam Peningkatan Pemasaran Global. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 109-117.
- Chen, S. (2024). The impact of brand awareness on purchase intention. *Highlights in Business, Economics and Management*, 30(1).
- de Oliveira Santini, F., Ladeira, W. J., Sampaio, C. H., & Pinto, D. C. (2018). The brand experience extended model: a meta-analysis. *Journal of Brand Management*, 25(6), 519-535.
- DHURUP, M. MAFINI, C. and DUMASI, T., 2014. The impact of packaging, price and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry. *Acta Commerci*, 14(1).
- Drinking Water Products (AMDK). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(1), 1548-1563.
- Eureka media aksara.
- Febriana, A. (2018). Pengaruh brand affect terhadap consumer brand extention attitude dengan brand loyalty sebagai variabel mediasi (Studi pada merek Zara di kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1).

- Florensia Herienda, Sri Utami Ady , Nur Sayidah 2024. Eksplorasi Peran Brand Experience Dan Customer Engagement Dalam Meningkatkan Brand Loyalty Melalui Customer Satisfactio. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 4, No. 2, 2024.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovanis, A., & Athanasopoulou, P. (2017). Penggerak loyalitas merek generasi Y pada perangkat yang sedang berkembang. *Marketing Intelligence & Planning* , 35 (6), 805-821.
- Gultom, D. K., & Hasibuan, L. P. (2021, June). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Handphone. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 214-225).
https://marketing.co.id/lebih-sehat-volume-penjualan-amdk-galon-berbahan-pet-meningkat-pesat/?utm_source=chatgpt.com
- Karunia, E. (2021). Brand awareness dan brand experience terhadap brand satisfaction, brand trust dan brand loyalty. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 3, pp. 606-624).
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of marketing*, 57(1), 1-22.
- Khu, S., & Sukei, S. (2020). Analysis of The Effect of Brand Experience On Brand Loyalty Through Brand Satisfaction And Brand Trust In Wakoel Rempah Restaurant Surabaya. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 65-83.
- Kusuma, Y. S. (2014). Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction dan brand trust Harley Davidson di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Marist, A. I., Yuliati, L. N., & Najib, M. (2014). The role of event in building brand satisfaction, trust and loyalty of isotonic drink. *International Journal of Marketing Studies*, 6(6), 57.
- Nabila, A. S., & Rubiyanti, N. 2023. Pengaruh brand awareness, brand positioning, dan brand image terhadap loyalitas dengan brand satisfaction sebagai variabel intervening. *Jmbi unsrat (jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi)*, 10(2), 1526-1541.
- Panjaitan, A. O. Y., Rofiaty, R., & Sudjatno, S. 2016. Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Mediasi Kepuasan Merek Dan Kepercayaan Merek (Studi Pada Kuliner Khas Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(2).
- Permana, I. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Community Tokocrypto Dalam Kegiatan Cryptour Untuk Pembentukan Brand Awareness Di Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas

Komputer Indonesia).

- Pramono, C. J., Kunto, Y. S., & Aprilia, A. (2023). Peran mediasi brand image dan brand experience pada pengaruh perceived quality terhadap post-purchase intention Mixue di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 112-120.
- Pramono, R. A. (2014). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Satisfaction Dan Brand Loyalty Pada Jasa Biro Perjalanan Antar Kota Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 354-364.
- Pranadata, I. G. P. (2017). Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2).
- Puspaningrum, A. (2020). MENGUKUR EKUITAS MEREK: PERSPEKTIF PELANGGAN STARBUCKS. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18 (4), 825-833.
- Putra, M. P., & Purwanto, S. (2023). The Influence of Brand Image and Brand Awareness on Brand Loyalty in Packaged Drinking Water Aedes in Surabaya City. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(4), 1137-1146.
- Ristiana Rahayu, Endang Ruswanti. 2024. Influence Brand Experience, Perceived Quality, And Brand Love On Brand Loyalty For Purchasing Janji Jiwa Products. Department of Management, Universitas Esa Unggul, Indonesia.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Safeer, AA, Yuanqiong, H., Abrar, M., Shabbir, R., & Rasheed, HMW (2021). Peran pengalaman merek dalam memprediksi loyalitas konsumen. *Marketing Intelligence & Planning*, 39 (8), 1042-1057.
- Sayekti, N. P., & Setyawan, A. A. (2025). The Influence of Brand Experience, Brand Satisfaction, and Perceived Quality on Brand Loyalty Toward Bottled
- Shashikala, R., & Suresh, A. M. (2013). Measuring customer based brand equity using Aaker's model. *Indian Journal of Marketing*, 43(3), 5-13.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48-61.
- Suntoro, W., Silintowe Y.B.R. 2020. Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *Modus* vol. 32 (1): 25-41 universitas kristen satya wacana.
- Sutedjo, B., & Sari, Y. E. 2023. Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 288-297.
- Swaminathan, V., & Keller, D. K. L. 2019. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition*.

Pearson.

- Tannady, H., Wardhana, A., Nuryana, A., Sesario, R., Arief, I., Suryawan, R. F., ... & Hernawan, M. A. (2022). Analisis Peran Service Quality Dan Brand Awareness Dalam Meningkatkan Consumer Satisfaction Pada Industri Ritel Food & Beverage (Studi Kasus Foodpedia). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5282-5289.
- Tuckman, B. W., & Harper, B. E. 2012. *Conducting educational research*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Veloutsou, C. (2015). Brand evaluation, satisfaction and trust as predictors of brand loyalty: the mediator-moderator effect of brand relationships. *Journal of Consumer Marketing*, 32(6), 405-421.
- Wang, J., Kim, J., & Kang, S. 2019. Antecedents and consequences of brand experiences in a historical and cultural theme park. *Sustainability*, 11(17), 4810.
- Wardhana, A. (2024). Brand Management In The Digital Era—Edisi Indonesia. *Eureka Media Aksara*, 36.
www.leminerale.com
- Yuwono, P. E., Irawanto, R., & Firmansyah, N. W. (2023). Rebranding CV Creative Steel sebagai upaya meningkatkan brand awareness. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 3(8), 1230-12

