

DAFTAR PUSTAKA

- Ahuvia, A. C. (2005). Beyond the extended self: loved objects and consumers' identity narratives. *J. Consum.Res.*, 32, 171–184.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press.
- Aaker, D. A. (1997). *Brand Equity Management : Strategi Memanfaatkan Nilai Merek*. Mitra Utama
- Angelina, M., Ellitan, L., & Handayani, Y. I.. 2023. Pengaruh Brand Image, Brand Love dan *Brand experience* terhadap Brand Loyalty dengan Mediasi *Brand trust* pada Kedai Mixue di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 10, No. 1.
- Ariasih, M. P., Suarmanayasa, I. N., Dewanti, M. A., & Yulianthini, N. N. (2024). Penerapan Etika Bisnis Berlandaskan Tri Hita Karana Melalui Digital Marketing (Studi Kasus Pada Ikm Sate Lilit Khas Bali). *J-MaBis: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 33-41. <https://doi.org/10.54816/jmabis.v3i1.725> (diakses tanggal 21 desember 2025)
- Ayesha, & Muchtar. (2025). Pengaruh pengalaman pelanggan, kepercayaan merek, dan nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna platform e-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 5(1), 45–58.
- Agustini, N. L. P. L. E., & Putra, K. E. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan M-Banking Livin by Mandiri di Kabupaten Karangasem. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(3), 647-654.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret 2024: Pengeluaran per kapita makanan dan minuman instan (Rp238.800 dari total Rp751.789)*. tersedia pada <https://www.bps.go.id/publication/2024/12/07/susenas-maret-2024.html> (diakses tanggal 19 desember 2025)
- Bauer, R. A. (1960). *Consumer behavior as risk taking*. In R. S. Hancock (Ed.), *Dynamic marketing for a changing world* (pp. 389–398). Chicago, IL: American Marketing Association..
- Burnham, TA, Frels, JK, & Mahajan, V. (2003). Biaya peralihan konsumen: Tipologi, anteseden, dan konsekuensi. *Jurnal Akademi Ilmu Pemasaran*, 31(2), 109–126.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience *Journal of Marketing*, 73(3), 52-68.

- Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L.. 2013. "Consumer Engagement in a Virtual Brand Community: An Exploratory Analysis." *Journal of Business Research*, Vol. 66, No. 1, pp. 105-114. doi: 10.1016/j.jbusres.2011.07.029.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty*. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Deka, R. E., Nurhajati, & Rachma, N.. 2020. Pengaruh Brand Association dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Melalui *Brand trust* pada Start Up Fintech OVO. *Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol. 9, No. 1.
- Dewantari, F., Telagawathi, N. L. W. S., & Widiastini, N. M. A. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah BRI di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI Unsrat)*.
- Dewi, I. A. P., & Sudarsa, I. W. (2023). Adaptasi Sosial Ekonomi dan Pola Konsumsi Makanan pada Komunitas Mahasiswa di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Budaya dan Masyarakat Bali*, 9(1), 45-58.
- Fitriani, F. K., & Titing, A. S.. 2024. Pengaruh Brand Personality dan *Brand experience* Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 18, No. 2.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen*. Undip Press.
- Goodstats.id. (2024, Oktober 28). Negara dengan konsumsi mi instan terbanyak di dunia: Indonesia peringkat 2. Tersedia pada <https://goodstats.id/article/konsumsi-mi-instan-terbanyak-di-dunia-indonesia-peringkat-2-dTqXL> (diakses tanggal 21 desember 2025)
- Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia. (2025). Prospek industri makanan dan minuman domestik 2025: Pertumbuhan 6%. Tersedia pada <https://www.gapmmi.or.id/laporan-2025> (diakses tanggal 21 desember 2025)
- Goodstats.id. (2024). Pangsa pasar mi instan di Indonesia: Indomie 71,2%, Mie Sedap 13,9%. Tersedaia pada <https://data.goodstats.id/statistic/merek-mi-instan-favorit-orang-indonesia-qKwco> (diakses tanggal 25 desember 2025)
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasnani, S., Titing, A. S., & Hendrik. (2023). Pengaruh brand experience dan brand trust terhadap loyalitas konsumen pada penggunaan produk Scarlett Whitening di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 59–64.

- Indriani, NLP, & Pratama, RY (2024). Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty yang dimediasi oleh brand affection, customer satisfaction, dan brand passion. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 13(4), 1–20.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education. ISBN 978-1-292-40510-0
- Kusuma, I. G. A. A., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh integritas dan kejujuran merek terhadap komitmen pelanggan untuk tidak beralih ke merek lain pada konsumen produk fesyen lokal di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 45–60.
- Kementerian Pertanian. (2024). *Buletin Konsumsi Pangan Vol. 15 No. 2 Tahun 2024*. Tersedia pada https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buletin_Konsumsi_Smt2-2024-Gab.pdf (diakses tanggal 21 desember 2025)
- Lau, R. S. M., & Lee, F. (1999). *The effects of job stress and job satisfaction on turnover intention: A study of employees in the information technology industry in Hong Kong*. *International Journal of Human Resource Management*, 10(3), 515-530.
- Miharni, T., Utami, W. B., & Setyowati, E. (2022). Pengaruh brand experience, brand trust, dan customer satisfaction terhadap loyalitas pelanggan toko Indomaret. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.29040/jieweb.v6i2.5630>
- Nurhayati, S.. 2020. Pengaruh Brand Trust, *Brand experience* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 2.
- Nurhayati, N. (2023). Pengaruh *brand trust*, *brand experience*, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 112–124. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.22150>
- Nurhayati, S. (2025). Pengaruh *brand experience* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *e-commerce trust* dan *e-commerce satisfaction* pada platform Shopee. *Jurnal Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*, 4(1), 88–102. <https://doi.org/10.24912/jpdpk.v4i1.30125>
- Nguyen, N. Dan Leblanc, G. (2001), Peran Mediasi Citra Perusahaan Pada Keputusan Retensi Pelanggan: Investigasi Dalam Layanan Keuangan. *Jurnal Pemasaran Internasional*, Bradford. Vol 16, hlm. 52.
- Putra, I. W. G., & Keni, K. (2020). Pengaruh brand experience dan brand image terhadap brand loyalty dengan brand trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal*

- Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 4(1), 171–182. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7761>
- Putra, I. W. G., & Keni, K. (2022). Pengaruh brand trust terhadap brand loyalty pada pengguna e-wallet di Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen AMKOP (JIMA)*, 10(2), 115–130. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/jima/article/view/123>
- Pratama, M.I. (2025). Pola Konsumsi Pangan Beras dan Pangan Protein di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Universitas Islam Malang*. Tersedia pada <https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/article/download/28957/21870> (diakses tanggal 25 desember 2025)
- Pradnyana, G. A. (2021). Pengaruh Menjamurnya Ritel Modern terhadap Pola Belanja Kelompok Usia Muda di Kawasan Pendidikan Singaraja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(3), 201-215.
- Parwati, I. G. A. A., Telagawathi, N. L. W. S., & Susila, G. P. A. J. (2017). Pengaruh Relationship Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Singaraja. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 5(1).
- Paparoidamis, N. G., Chatzoglou, P. D., & Chatzoudes, D. (2019). *The impact of knowledge management capabilities on firm performance: The mediating effect of organizational agility*. *Journal of Business Research*.
- Paparoidamis, N. D., Katsikeas, C. S., & Chaniotakis, N. I. (2019). Ethical reputation and value cocreation with customers: Examining the role of trust and loyalty. *Journal of Business Research*, 105, 421–435. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.05.013>
- Pradana, M., & Keni, K. (2021). Pengaruh *brand experience* terhadap *brand loyalty* melalui variabel respon internal konsumen. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 610–620. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.12870>.
- Riyanto, A., Supriatin, A., & Hermawan, H. (2023). Pengaruh *brand image*, *brand trust* dan *customer experience* terhadap *brand loyalty*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 382–395. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2890>
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2)*. Bandung: Alfabeta.

- Shamim, A., & Butt, MM (2023). The Impact of Experience and Brand trust on Brand loyalty, while considering the mediating effect of brand Equity dimensions, an empirical study on mobile operator subscribers in E Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen, 71,
- Sumartini, N. K. A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–10.
- Sinulingga, A. B., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh handling customer complaints dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 232–241.
- Stefany, S., & Keni, K. (2023). Peran brand love dalam memediasi pengaruh brand trust terhadap brand loyalty pelanggan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 345–355. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK>
- Saraswati, N. M., & Wibowo, A. (2025). Gaya Hidup Instan dan Preferensi Kuliner Generasi Z: Studi Kasus Kawasan Kampus di Provinsi Bali. *Media Trend: Jurnal Kajian Ekonomi dan Sosial*, 20(1), 77-89
- Supertini, NPS, Telagawathi, NLW, & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61–69. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Thomas, T., Joseph, A., & Francis, S. (2023). Mengeksplorasi dampak pengalaman merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. *Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen*, 70, 103–115. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103115>
- Tjokrosaputro, M., & Yoana, Y. (2022). Pengaruh brand experience dan brand trust terhadap brand loyalty pelanggan Indomaret. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 210–222. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.xxxx>
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andi Publisher.
- Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan dan Switching Barrier Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi di Bali. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Wiastuti, R. D., & Sigar, G.. 2021. Pengaruh *Brand experience* Terhadap Brand Loyalty Pada Restoran. *Jurnal Pemasaran dan Konsumen*, Vol. 7, No. 3.
- World Instant Noodles Association*. (2025). *Global demand ranking instant noodles*. Tersedia <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/ranking/> (diakses tanggal 28 desember 2025)