

DAFTAR PUSTAKA

- Afifa Syafa Nabila, & Nurafni Rubiyanti. (2022). 64.+Afifa+JMBI+Agustus+2023. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 10(2), 1526–1541.
- Bahrowi, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Nad-Nad Distro di Kabupaten Tulungagung The Influence of Service Quality , Price , Location on Purchase Determination at Nad-Nad Distro in Tulungagung Regency. 01(02)*, 1–12.
- Crane, M. &. (2021). *Emotional branding and customer connection in the digital era. International Journal of Marketing Studies*,. 2(13).
- Dr. Hj. Eva Sundari, SE., MM., C. R. B. ., & Imam Hanafi, SE., M. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Gunawan, A. I. (2016). *PENGARUH BRAND POSITIONING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SURAT KABAR PIKIRAN RAKYAT. economic*.
- Gunawan, A. L. (2021). *PENGARUH EVENT MARKETING , MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE TOKOPEDIA PROGRAM STUDI MANAJEMEN*. Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Handayani. (2021). *Pengaruh kepercayaan dan keterikatan emosional terhadap loyalitas konsumen pada produk makanan cepat saji. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 1(23), 45–56.
- Herpratiwi. (2021). *Referensi 3.pdf* (Vol. 7).
- Heryana, N., Ristiyana, R., Syekh-yusuf, U. I., & Wiratmo, P. A. (2023). *Pengantar metodologi penelitian* (Nomor September).
- Hidayat, N. (2025). Analisis Hubungan Antara Emotional Branding, Brand Image, Dan Keputusan Pembelian Produk F&B Premium. *Journal of Information Systems Management and Digital Business*, 2(2), 157–166. <https://doi.org/10.70248/jismdb.v2i2.1838>
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I., Hasan, M., Utomo, K., Bairizki, A., Lestari, A., Rahayu, D., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Widina.
- Kaharudin, E., Vernando, A. N., Wahyono, A. T., Saptyana, R. F., & Fajarsari, H. (2023). Analisis Strategi Experiential Marketing, Emotional Branding Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen. *ProBank*, 8(2), 235–244.

<https://doi.org/10.36587/probank.v8i2.1595>

Kurniawan Prambudi Utomo, Ananto Krisna Wardhana, Riris Lestiowati, R. F. (2025). *Manajemen pemasaran*.

Mardhiyah, K. A., Rahayu, S., & Astuti, T. (2021). PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: PERAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus pada Pelanggan GoFood di Kota Semarang). *OF MANAGEMENT*, 10.

Masitoh, D., & Kurniawati. (2023). Pengaruh Brand Experince Terhadap Brand Loyalty Melalui Perceived Quality Dan Brand Trust Pada Pengguna E-Wallet Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1133–1146. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15620>

Pramono &, H. (2022). *Digital brand experience dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen generasi Z di Indonesia*. *Jurnal Pemasaran Modern*. 3(10), 212–224.

Prayoga, G. (2017). *Pengaruh Perilaku Sikap Positif Dan Negatif Pertemanan Terhadap Kepribadian Sosial Seseorang Di Dalam Lingkungan Kosan Setia Laksana Polban Desa Ciwaruga*. 16–17.

Rido, E., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei Konsumen Operator Simpati Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 158–169.

Rubiyanti, N. (2023). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND POSITIONING, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS DENGAN BRAND SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI*, 10(2), 1526–1541.

Sari, M., & Rahayu, F. (2022). *Analisis loyalitas pelanggan terhadap merek melalui kepuasan dan kepercayaan konsumen*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. 1(18), 64–77.

Sari, M., & R. (2022). *Analisis loyalitas pelanggan terhadap merek melalui kepuasan dan kepercayaan konsumen*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. 1(18), 64–77.

Sarmin, M. A. choir. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen (Studi kasus konsumen produk Sari roti di Cikarang). *Joce Ip*, 17(No.2), 44–54.

Sarmin, S., & Choir, M. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Konsumen Produk Sari

- Roti Di Cikarang). *Journal Of Communication Education*, 17(2). <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v17i2.335>
- Schmitt &, Z. (2020). *Consumer experience and brand perception in competitive markets. Journal of Brand Managemen.* 5(27), 593–608.
- Siska Andriani, Amirul Mukminin, & Herman Herman. (2024). Analisis Emotional Branding Strategy dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Umama Brand di Kota Bima. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(3), 105–118. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i3.1958>
- Sugiyono. (2013a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (V. 19 (ed.)). ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Surya, H. (2019). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA USAHA (Survey pada Pengusaha Resto & Café Pengguna POS di Kota Bandung) BAB III. In *elibrary.unikom.ac.id*. UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA.
- Thein, I., Mitang, B. B., & Bere, Y. E. (2021). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN KOMITMEN TERHADAP DISIPLIN KERJA PEGAWAI PADA KANTOR DINAS PARIWISATA KABUPATEN MALAKA. *Jurnal Inspirasi Ekonomi*, 3(3), 28–36.
- Utami. (2023). *Pengaruh emotional branding terhadap loyalitas konsumen melalui citra merek. Jurnal Administrasi Bisnis.* 2(15), 177–189.
- Vernanda, M. Y. (2020). *p engaruh brand positioning dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus Eurocar Market — artikel/konferensi).*
- Wahyudi, P. &. (2022). *Brand experience dan loyalitas konsumen pada industri makanan siap saji di era digital. Jurnal Bisnis dan Ekonomi.* 4(29), 301–312.
- Wangania, T. Z., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2024). Pengaruh Emotional Branding, Brand Experience, Dan Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty (Studi pada Konsumen produk Kopi Kenangan Megamas Manado). *Techno Science Journal*, 6(2), 7–17.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114

Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.

Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0153/WM.H16/SK.CP/2026

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Yohana Milo
NIM : 32122081
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
2. Maria A. Lopes Amaral, SE, MM
Judul Skripsi : **PENGARUH BRAND POSITIONING, EMOTIONAL
BRANDING, DAN BRAND EXPERIENCE
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMIE
GEN Z DI KOTA KUPANG**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **22% (Dua Puluh Dua) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 19 Februari 2026

Kepala UPT Perpustakaan,

Damlanus Daml, S.Ptk.