

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press.
- Aaker, D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum Mitra Utama.
- Ahmad, F., & Sherwani, N. U. K. (2015). An Empirical Study on the effect of Brand Equity of Mobile Phones on Customer Satisfaction. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 59–69. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n2p59>
- Akkucuk, U., & Esmaeili, J. (2016). The Impact of Brands on Consumer Buying Behavior. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 5(4), 1–16. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v5i4.551>
- BAKTI, S. (2016). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Mminat Beli Ulang Pada Kedai Kopi Black Canyon Mall Jamtos*. 1–23.
- Chandra, C., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176–185. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506>
- Das, G. (2014). Linkages of retailer awareness, retailer association, retailer perceived quality and retailer loyalty with purchase intention: A study of Indian food retail brands. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 284–292. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.02.005>
- Destina Apini Daulai. (2016). Pengaruh Asosiasi Merek dan Karakteristik Produk Terhadap Loyalitas Merek Coca - Cola (Studi Persepsi Konsumen Pekanbaru). *JOM FISIP*, 3(2), 1–6.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fajariah, N., Thoyib, A., & Rahman, F. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Image terhadap Brand Loyalty pada Generasi Y di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(3), 471–480. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.3.08>
- Fatimah, S. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen AL Yasini Mart Wonorejo. *Nuevos Sistemas de Comunicación E Información*, 1(2), 52–70.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro.

- Halim, E. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Menjadikan Brand La Classique Tidak Dikenal. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(April). <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/671>
- Hasanah, U., & Harti. (2015). Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Waroeng “SS”(Spesial Sambel) Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2), 1–11.
- Kartajaya, H. (2004). *Positioning, diferensiasi dan brand*. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K., & Kotler, P. (2009). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Prentice Hall Inc.
- Keller, K., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15th editi). USA : Pearson Education Limmited.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Milenium d). PT. Prenhallindo.
- Mitra, M., & Armia, S. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Lampu LED Hannochs di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 96–110.
- Nofriyanti, A. R. (2017). Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 130–142.
- Nugroho, M. A., & Hidayati, L. L. A. (2020). Pengaruh Brand Association, Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Consumer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk Smartphone Merek Xiaomi Di Magelang. *UMMagelang Conference Series*, 566–584. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/4684>
- Pramono, R. A. (2013). Pengaruh brand awareness, perceived quality dan brand image terhadap brand satisfaction dan brand loyalty pada jasa biro perjalanan antar kota di Kota Malang (Studi pada pelanggan biro perjalanan Kirana Tour dan Travel, Siluet Tour and Travel dan Bali Pri. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 354.
- Quantrianto, F. H. H., Hutomo, P. T. P., & Pujiarti, E. S. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Kecap Manis Merek ABC (Studi Konsumen Swalayan ADA Siliwangi Semarang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(1), 10–27.
- Ritmaratri, V. Y., & Realize. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 6(2), 633–646. <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5541>

- Rizky, F. Al, & Utomo, M. A. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Adidas Pada Chelsea Indonesia Supporter Club (Cisc) Di Depok. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2), 37–48. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.504>
- Sanjaya, B. (2013). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Association Terhadap Brand Loyalty Melalui Perceived Quality Pada Sepatu Merk Nike Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 1–7.
- Semuel, H., & Alexander, B. (2018). Brand awareness, Brand Association, Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty pada produk OPPO Smartphone di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–8.
- Sugiyono. (2011). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sumarni, M., & Wahyuni, S. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. CV Andi offset.
- Sumarwan, U. (2019). *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri: 3*. PT Penerbit IPB Press.
- Utami, D. T., & Saryadi, M. S. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna IM3 (Studi PADA Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 231–244.