

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, Y. D. (2018). *Pengaruh Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kesadaran Merek, Dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Private Label Fashion Daring*. *Ekonomi & Bisnis*, 66, 2–14.
<https://docplayer.info/178777032>
- Ahmad Dwi Nurdiyanto, M. P. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek*. *Manajemen bisnis & inovasi* 7(3), 558–570.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/31443/30349>
- Alimin, E. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Di Era Bisnis Modern)* (A. Bairizki (Ed.)). *Seval Literindo Kreasi*.
- Andriani, yessy meli, Iranita, & Kusasi, F. (2021). *Brand Trust, Brand Image, Dan Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Mr. Buatan Rumah Kepiting*. *Ekonomi*, 2 no 2, 1520–1531. <https://soj.umrah.ac.id/index.php/sojfe/article/view/1370>
- Delidra, Z., & Hayati, annur fitria. (2022). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Asosiasi Merek Terhadap Ekuitas Merek Minuman Kemasan Teh Gelas Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. *Ekonomi*, 11 no 4, 635–648.
<http://journal.unigres.ac.id/index.php/GemaEkonomi/article/view/1980/1428>
- Eniola, Anthony Abiodun. (2022). *Entrepreneurship And Pot-Pandemic Future* (Anthony Abiodun Eniola (Ed.)). *Emerald Publishing Limited*.
- Fitria, N. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Busana Muslim Venka Gallery Banda Aceh)*. *Ekonomi & Bisnis*.
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15669/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (Edisi Ke 9)*. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Halim, E. S. (2018). *Faktor-Faktor Yang Menjadikan Brand La Classique Tidak Dikenal*. *Manajemen & Bisnis*, 3(1), 120–127.
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/671>
- Hamoxzalandari, B. (2018). *Pengaruh Asosiasi Merek, Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek (Studi Pada Konsumen Kafe Kopi J.Co Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. *Manajemen*. 1–128. <http://eprints.uny.ac.id/59999/1/>

- Harahap, T., Massie, J., Harahap, T., Massie, J. D., Tawas, H. N. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Produk Sari Roti the Effect of Brand Image, Brand Awareness, and Brand Loyalty on Brand Equity of Sari Roti*. *Ekonomi & Bisnis*, 10(4), 455–466.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43802>
- Hershey. (2020). *Global Branding: Breakthroughs In Research And Practice*. Igi Global.
- Hesty, F. (2018). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Hubungan Merek Terhadap Ekuitas Merek Oppo Smartphone Studi Pada Pengguna Oppo Smartphone Di Oppo Service Center Yogyakarta*. 1–124.
https://repository.usd.ac.id/30167/2/142214078_full.pdf
- Iriawan, Dr. Hermanu. (2021). *Manajemen & Kepuasan Pelanggan* (D. Dahlan (Ed.)). Pt.Nasya Expanding Management.
- Jumiati Sasmita. (2018). *Young Consumers ' Insights On Brand Equity: Effects Of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, And Brand Image*. *Retail & Distribution Management*, 43(3), 275–292.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108>
- Kusuma, Aditya Halim Perdana. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi* (A. Rikki (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Lego, Y. Dan O. H. W. (2021). *Pengaruh Asosiasi Merek, Kesetiaan Merek, Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Pengguna Smartphone Oppo*. *Bina Manajemen*, 10(1), 206–219.
<https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/view/147>
- Magdalena, M. R. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Citra Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Studi Pada Merek Love Beauty And Planet)*. 1–87.
<https://Journal.Uc.Ac.Id/Index.Php/Performa/Article/View/671>
- Muliani, P. A. (2019). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Hubungan Merek Terhadap Ekuitas Merek Sepatu Vans Studi Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Pengguna Sepatu Vans*. 1–121. *Ekonomi*.
<https://docplayer.info/199211711>
- Musfar, Tengku Firli. (2021). *Manajemen Produk Dan Merek* (Rinto R Rerung (Ed.)). *Media Sains Indonesia*.

- Nugroho, R. W. (2020). *Pengaruh Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Nike Di Media Sosial Pada Kalangan Konsumen Muda Ristanto*. *Business Finance And Economic*, 1(1), 31–44.
<https://Journal.Univetbantara.Ac.Id/Index.Php/Jbfe/Article/View/723>
- Purba, D. I. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Nilai Hijau, Citra Merek Hijau, Kredibilitas Merek, dan Kepercayaan Merek Hijau pada Ekuitas Merek Hijau (Studi pada Konsumen Produk The Body Shop Indonesia)*. *Ekonomi Bisnis*. <http://repository.unsoed.ac.id/13478/>
- Rahmi, S. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)* (D. Hartini (Ed.)). Media Sains Indonesia.
- Reynaldi, M. A. (2021). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Pempek Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang (Studi Toko Pempek Checklist Palembang)*. 1–68. *Ekonomi Manajemen*.
<https://repository.unsri.ac.id/59931/>
- Rizki, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Kota Banda Aceh (Studi Di Kecamatan Syiah Kuala)* Disusun. 1–113. *Ekonomi & Bisnis* .
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15389/>
- Setiawan, P. H., & Harris, I. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Studi kasus pada penggunaan smartphone Xiaomi di Batam)*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(1), 49–58.
<https://doi.org/10.31846/jae.v8i1.264>
- Subhanallah, M. R. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Miniso Yogyakarta*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–129. <http://eprints.uny.ac.id/65419/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabet.
- Top Brand Award (top brand index beserta kategori lengkap)*.
<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

