

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, D. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abbas, K., dkk. (2015). Impact of Brand. Awareness and Loyalty on Brand Equity. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 12, 67-72.
- Adnan. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada
- Adnan. (2021). *Perilaku Konsumen*. Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada.
- Adnan. (2023). *Manajemen Inovasi dan Kreatifitas*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Annur, C., M. (2022). *Fesyen dan Pakaian Olahraga, Produk Paling Laris Saat Harbolnas 2021*. Diakses dari url <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/03/fesyen-dan-pakaian-olahraga-produk-paling-laris-saat-harbolnas-2021> pada tanggal 14 Agustus 2023.
- Ballester, E., D., Aleman, J., L., M. (2005). Does Brand Trust Matter to Brand Equity?. *Journal of Product and Brand Management*, 14(3).
- Dharmmesta, B., S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Fahmi, A., M. (2019). Perancangan Casing Jam Tangan Menggunakan Material Bambu Laminasi Untuk Generasi Milenial Dengan Tema “Yogyakarta”. *Jurnal Desain Produk*, 10(10), 1-11.
- Fawzi, M., G., H., dkk. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Book.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro Press.
- Handayani, U., N., dan Purnika, M., A. (2015). Penilaian Product Position Bagi Brand Pakaian Nike dan Adidas Berdasarkan Persepsi Konsumen. *Seminar Nasional IENACO*.
- Hanif, S. (2023). *Deretan Jam Tangan Pria Terlaris di Tahun 2022*. Diakses dari url <https://blog.jamtangan.com/deretan-jam-tangan-pria-terlaris-di-tahun-2022/> pada tanggal 14 Agustus 2023.

- Kabangunan, R., dan Hidayat, A. (2023). The Effect of Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Image Against Brand Equity on Indomie Products. *Archives Bussiness Research*, 11(1), 144-155.
- Kotler, P. dkk. (2020). *Principles of Marketing Eight. European Edition*. UK : Pearson.
- Kotler, P., dan Keller, K., L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Keller, K., L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, U., D., dan Yanah, L. (2023). The Influence Of Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Image, And Perceived Quality On Brand Equity In Ms Glow. *Business Management Journal*, 19(1), 105-114.
- Mariyudi. (2017). Customer Value Co-Creation Behaviour and Customer Loyalty: a Case Study in The Mobile Application Industry. *1st Economics and Business International Conference*, 1(46),1-8.
- Munandar, dkk. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Paramita, R., W., D., dkk. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Pechyiam, C., dan Jaroenwanit, P. (2014). The Factors Affecting Green Brand Equity of Electronic Products in Thailand. *A Multidisciplinary Journal of Global Macro trends*.
- Pridana, M., S., dan Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Rifa'I, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Sahir, S., H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan: KBM Indonesia
- Saleem, S., dkk. (2015). Measuring Customer Based Beverage Brand Equity: Investigating the Relationship between Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 66-77.
- Salim, dan Syahrums. (2012) *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Saparso. (2021). *Marketing Process: Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. Jakarta: Ukrida Press.
- Sasmita, J., dan Suki, N., M., (2015). Young Consumers' Insights On Brand Equity. *International Journal of Retail & Distribution Management* , 43(3), 276-292.
- Shimp, T. (2013). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga

- Siregar, W., H., dkk. (2020). Analisis Experiential Marketing terhadap Loyalty Pelanggan pada Rumah Makan Ayam Penyet di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(1), 39-47.
- Sitorus, S., A., dkk. (2022). *Brand Marketing: the Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Suciarto, S. (2018). *Pengembangan Produk, Branding, dan pemberian Label pada Kemasan Produk*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Switala, M., dkk. (2018). The Influence of Brand Awareness and Brand Image on Brand Equity - an Empirical Study of Logistics Service Providers. *Journal of Economics and Management*, 33(3), 96-119.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardhana, A. dkk. (2019). *Riset Pemasaran*. Bandung: Anugrah Adi Cipta.
- Zia, A., dkk. (2021). Investigating the Impact of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity: the Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation, Creativity, and Change*, 15(2), 1091-1106.