

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, and Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.; B. Sabran, ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.; B. Sabran, ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Sekaran, U., and Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, H. (2012). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sopiah, and Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Yogyakarta: Andy.
- Umar, B. S. (2015). *Metodologi Penelitian: Kualitatif Versus Kuantitatif*. Yogyakarta: Pusaka Belajar.

Sumber Jurnal:

- Dewi, M. M. (2017). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality of Brand, Brand Association, Brand Loyalty, dan Brand Image Terhadap Brand Equity Erigo Menurut Mahasiswa di Surabaya. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 6(2), 825–842.
- Ermawati, P. W., Sudiro, A., & Khusniyah, N. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Asosiasi Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Pelanggan Hypermarket di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2), 373-386.
- Fadhilah, A. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion. *Jurnal MIX*, 6(2), 188–205.
- Fatimah, S. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 1(2), 52–70.
- Hamidah, I. N., and Prabowo, B. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Uniqlo (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3762–3772.
- Harahap, T., Massie, J. D. D., and Tawas, H. N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Produk Sari Roti. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 455–466.
- Hidayat, A. K., and Martini, E. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Lazada. *Journal E-Proceeding of Management*, 6(1), 373–380.
- Islamia, V., and Trinanda, O. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Cair Dalam Kemasan Kota Indomilk di Kota Padang. *Jurnal Salingka Nagari*, 2(1), 119–134.
- Lego, Y., and Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh Asosiasi Merek, Kesetiaan Merek, Kesadaran Merek, dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Pengguna Smartphone Oppo. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 206–219.
- Litto, V., and Selamat, F. (2022). Ekuitas Merek Hotel Berbintang di Jakarta: Peran Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 299–308.
- Magdalena, M. R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Citra Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Studi Pada Merek Love Beauty and Planet). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 1(2), 1-11.

- Marsasi, E. G., Saputra, D., and Gusti, Y. K. (2022). Pengaruh Kesadaran, Asosiasi, Citra, dan Kesetiaan Terhadap Ekuitas Merek pada Produk Mie Instan di Yogyakarta. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 30(2), 17–37.
- Muzaqqi, A., Fauzi, A., and Suyadi, I. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Survei Pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Sari Apel SIIPLAH di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 31(1), 26–34.
- Nandhiroh, R. S., Nurhajati, and Wahono, B. (2023). Pengaruh Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Brand Awareness, dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Konsumen Pembeli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 1098–1106.
- Nugroho, R. W., Insani, S. F., and Cahyaningrum, B. N. (2022). Pengaruh Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kesadaran Merek, dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Nike di Media Sosial Pada Kalangan Konsumen Muda. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 1(1), 31–43.
- Nurhidayah, E. A., Ernawati, F. Y., and Susendra, A. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pengguna Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Capital*, 5(1), 1–18.
- Ontarina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Kartu Seluler Smartfren di Universitas Wijaya Putra Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 6(7), 397–407.
- Ramdhani, M. D., and Masnita, Y. (2023). Peran Pemasaran Media Sosial Pada Ekuitas Merek Menggunakan Citra dan Kepercayaan Merek. *Jurnal EKOBIS: Ekonomi, Bisnis, & Manajemen*, 13(1), 89–105.
- Stevi, and Artina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Cabang Tea Cabang PTC Mall Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 139–150.
- Yacup, R. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pada Pengguna Produk Nike di Kabupaten Tangerang. *Costing: Journal of Economic, Business, and Accounting*, 4(1), 70–74.

Yanti, M. O. Z., and Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–15.

Yuvita, H., Wahab, Z., and Sulastrri. (2019). Pengaruh Brand Image dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah di Kota Palembang). *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431–446.

Zia, A., Younus, S., and Mirza, F. (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), 1091–1115.

Sumber Website:

Top Brand Index. (2023). Kategori Perawatan Diri. Diakses Pada 17 Januari 2023. Pada <http://bit.ly/3KA5xud>.