

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto dan Himawan Wijarnako. *Power Branding Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen, 2011.
- Abdurachman, Edi. *Panduan Praktis Teknik Penelitian Yang Beretika*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022.
- Agus Candra Suratmaja. *Gugatan Penghapusan Merek Berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001*. Pustaka Literasi, 2017.
- Ahmad Dwi Nurdiyanto. "Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Sabun Kecantikan 'Herborist.'" *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi* 7, no. 3 (2020): 558–70.
- Ahmad, Ukasya Habibu. *Didiklah Anakmu Ala Rasulullah*. Yogyakarta: Saufa, 2015.
- Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018.
- Akademik IAIN Kudus. "Data Mahasiswi Angkatan 2020-2022," n.d.
- Ali Hasan. *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Amos Neolaka. *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Anang Firmansyah. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media, 2019.
- Anshori, Muslich. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Ansofino. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Budi Utama, 2016.
- Aprihatiningrum Hidayah dkk. *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*. Semarang: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Ardi Wirdamulia. *Strategi Pengelolaan Makna Merek*. Bogor: IPB Press, 2019.
- Billy Oto Ardian. "ANALISA PENGARUH ASOSIASI MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JW MARRIOTT SURABAYA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA." *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 5, no. 2 (2017): 1–23.
- Brochado, Ana, and Fernando Oliveira. "Brand Equity in the Portuguese Vinho Verde 'green Wine' Market." *International Journal of Wine Business Research* 30, no. 1 (2018): 2–18. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-07-2016-0023>.
- Budi Darma. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta:

- Guepedia, 2021.
- Chairiawat. "Branding Identity Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam." (*Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, no. 2 (2018)).
- Chairul Pua Tingga dkk. *Manajemen Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Daily, Female. "No Title." Accessed December 19, 2022. <https://femaledaily.com/>.
- Dani Nur Saputra. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Jakarta: CV Feniks Muda Sejahtera, 2022.
- Darmadi Duriyanto, dkk. *BRAND EQUITY TEN Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Debi Eka Putri dkk. *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti, 2021.
- Deni Darmawan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Dergibson Siagian. *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Duriyanto, Darmadi. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Duwi Priyatno. *PAHAM ANALISA STATISTIK DATA DENGAN SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- E. Fernando M. Manullang. *Sistem Hukum Di Indonesia Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Fachrurrozi Rambe. "Pengaruh Citra, Kesadaran, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Selai Coklat Dalam Kemasan 'Nutella.'" *Agriprimatech* 4, no. 1 (2020).
- Fandy Tjiptono. *Brand Management Dan Strategy*. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Fathul Mujib. *School Branding Strategi Di Era Disruptif*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2021.
- Firdaus Fakhry. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Fitri Wulandari. *Middle Range Theory Dalam Ilmu Manajemen SDM*. Surakarta: Gerbang Media, 2021.
- Freddy Rangkuti. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.

- Gde, Tjok, and Raka Sukawati. "PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY DAN BRAND EQUITY Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Arus Globalisasi Yang Semakin Pesat Turut Memicu Terjadinya Sebuah Fenomena Dimana Teknologi Seak." *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 4 (2019): 2125–51.
- Gusandra, Megasari. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar-Dasar Memulai Penelitian*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Gustira, El Maulana Yulio, Akhirman, and Lia Suprihartini. "Pengaruh Kesadaran Merek , Asosiasi Merek , Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Sepeda Motor Merek Honda Di Kota Tanjungpinang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji)," 2019, 1–20.
- Hadari Nawawi dan Mimi Martini. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005.
- Harahap, T, JDD Massie, Tarida Harahap, James DD Massie, Hendra N Tawas, Jurusan Manajemen, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis. "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Produk Sari Roti" 10, no. 4 (2022): 455–66.
- Hermawan Kartajaya. *Hermawan Kartajaya on Brand*. Bandung: Mizan, 2004.
- . *MarkPlus on Startegy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- . *Positioning, Deferensiasi, Dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Husein Umar. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Ibnu Qayyim Al Jauziyah. *Tuntunan Rasulullah Dalam Mengasuh Anak*. Jakarta: Studia Press, 2009.
- Imam Ghozali. *25 Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama, 2020.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Indra, I Made. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Indriyo Gitosudarmo. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE, 2017.
- Jayswal, Mitesh, and Puja Vora. "Impact of Brand Association on Brand Equity with Specific Focus on Advergemes in India." *Journal of Creative Communications* 14, no. 3 (2019): 271–84.

- <https://doi.org/10.1177/0973258619866366>.
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- Julyanthry dkk. *Perilaku Konsumen Implikasi Di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022.
- Kartajaya, Hermawan. *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Kasman Pandiangan dkk. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 471–84. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>.
- Kementerian Agama RI. "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/188>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/5>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/26/181>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/2>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/7/180>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/7>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/33>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/16/78>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/17/28>.
- . "Quran Kemenag." Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/67?from=1&to=30>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. "Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%." 20 Maret, 2018. <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>.
- Lailatus Sa'adah. *Statistik Inferensial*. Jombang: LPPM Universitas K.H. A. Wahab Hasbullah, 2021.
- Lego, Yenny, and Hannes Widjaya. "Pengaruh Asosiasi Merek, Kesetiaan Merek, Kesadaran Merek, Dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Pengguna Smartphone Oppo." *Jurnal Bina Manajemen* 10, no. 1 (2021): 206–19.

- <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.147>.
- M. Suyanto. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Marcin Świtała, Wojciech Gamrot, Beata Reformat, and Katarzyna Bilińska-Reformat. “The Influence of Brand Awareness and Brand Image on Brand Equity – an Empirical Study of Logistics Service Providers.” *Journal of Economics and Management* 33, no. 3 (2018): 96–119. <https://doi.org/10.22367/jem.2018.33.06>.
- Marsasi, Endy Gunanto, Deni Saputra, and Yenni Kurnia Gusti. “Pengaruh Kesadaran, Asosiasi, Citra Dan Kesetiaan Terhadap Ekuitas Merek Pada Produk Mie Instan Di Yogyakarta.” *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha* 30, no. 2 (2022): 17–37. <https://doi.org/10.32477/jkb.v30i2.359>.
- Martha Tilaar Group. “Sejarah Martha Tilaar Group,” 2018. <https://www.marthatilaargroup.com/id/sejarah>.
- . “Visi Misi,” 2018. <https://www.marthatilaargroup.com/id/visi-misi>.
- Matondang, Zulaikha. *Praktik Analisis Data : Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS*. Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Meri Neherta. *6 Teori Perubahan Perilaku (berbasis Bukti)*. Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2023.
- Muhammad Yusuf. *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi*. Bogor: IPB Press, 2018.
- Muhammad Zainuddin Akil. “Branding Dalam Sejarah Islam.” *Hukum Dan Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2015). <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ijtihad/article/view/2566/1813>.
- Mukhid, Abd. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019.
- Mussry, Jacky. *Pengusaha Juara*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Nugroho, Untung. *Statistik Dasar Dan Penerapan SPSS Untuk Pendidikan*. Grobogan: CV Sarnu Untung, 2020.
- Nursiyono, Joko Ade. *Setetes Ilmu Regresi Linier*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- PERKOSMI. “No Titl.” Accessed December 2, 2022. <https://www.perkosmi.com/our-industry/ruang-lingkup>.
- Permatasari, Natalia Mila, and Ida Ayu Kade Rachmawati. “Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Hijab SAUDIA (studi Kasus Pengguna Hijab SAUDIA Di Soloraya).” *Indonesian Journal of Strategic Management* 4, no. 1 (2021).

- <https://doi.org/10.25134/ijsm.v4i1.4085>.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas, Terj. Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Philip Kotler, Dkk. *Marketing For Competitiveness*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2017.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
- Rachmadhian, Annissa Karni, and Rendra Chaerudin. "The Impact of Event Marketing on Building Brand Awareness for Fashion Customers." *ASEAN Marketing Journal* 11, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.21002/amj.v11i1.12097>.
- Raehanul Bahraen. "Hadits Dhaif: Makan Sebelum Lapar, Berhenti Sebelum Kenyang." 25 Agustus, 2021. <https://muslim.or.id/22265-hadits-dhaif-makan-sebelum-lapar-berhenti-sebelum-kenyang.html>.
- Rahman Rahim. *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- Rama Kertamukti. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Ramdini, Laila. "Kosmetik Lokal Jadi Andalan." 24 September, 2018. <https://www.alinea.id/infografis/kosmetik-lokal-jadi-andalan-b1U5P9dYl>.
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner*. Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2023.
- Rifyal Dahlawy Chalid dkk. *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding*. Depok: Rajawali Pers, 2020.
- Rochmat Aldy Purnomo. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Sariayu. "Tentang Sariayu," 2021. <https://sariayu.com/tentang-sariayu>.
- Sherly dkk. *Manajemen Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Siregar, Budi Gautama. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Sopiah. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implikasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Sugiharto. *Teknik Sampling*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta, 2005.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA, 2013.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Sumiati dkk. *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press, 2016.

- Susanto, Yoghi Arief. "PERLINDUNGAN HUKUM HAK ATAS MEREK DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH AL MURSALAH." *AKTUALITA* 3, no. 1 (2020): 416–27.
- Suyono Saputra. "The Influence of Brand Awareness, Brand Image, Perceived Quality, and Brand Loyalty on Brand Loyalty In Banking Sector." *Journal of Business Studies and Management Review* 5, no. 2 (2022): 326. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>.
- Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: KENCANA, 2013.
- Tengku Firli Musfar. *Manajemen Produk Dan Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Tersiana, Andra. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2018.
- "Top 10 Brand Make Up," 2020. <https://nusaresearch.net>.
- "Topbrand Index." Accessed November 10, 2022. <https://www.topbrand-award.com>.
- Universitas Islam Indonesia. "Ajaran Rasulullah Akan Kesederhanaan Pola Makan," 2020. <https://www.uui.ac.id/ajaran-rasulullah-akan-kesederhanaan-pola-makan/#:~:text=Ustadz Zaidul menyatakan Rasulullah dan,kuat melakukan aktivitas sehari%2Dhari>.
- Veithzal Rivai. *Islamic Marketing Manajemen: Membangun Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia, 2012.
- Wahjusaputri, Sintha. *Statistika Pendidikan Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media, 2021.
- Wahyu Rinda. "Costumer Behavior: Tipe-Tipe Pembeli Berdasarkan Gender." *kompasiana*, 2013. <https://www.kompasiana.com/wahyurinda/552a1628f17e61de57d623aa/consumer-behavior-tipetipe-pembeli-berdasarkan-gender>.
- Widhi Arianti, Athika. "Pengaruh Loyalitas Merek, Kualitas Yang Dirasakan, Kesadaran Merek, Terhadap Ekuitas Merek Pada Pengguna Handphone Samsung Di Surabaya," 2018.
- Wiratma Sujarweni, V. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Wiryani Willy. "Analisis Fashion Brand Terhadap Perilaku Konsumen Wanita Pengguna Sosial Media Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis* 3, no. 1 (2018).
- Zaid. *Ekuitas Merek & Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifisika Dan Kualitas Pelayanan*. Lamongan: Academia Publication, 2021.