

DAFTAR PUSTAKA

Aaker dan David. (2005). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The value of a Brand Name*. United States of America: The Free Press.

Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: *Free Press*

Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California management review*, 38(3).

Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1990). Consumer evaluations of brand extensions. *Journal of marketing*, 54(1), 27-41.

Adhitya, R., & Nuzula, N. (2016). Pengaruh pengungkapan csr dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia padatahun 2011-2013). Brawijaya University.

Ameer, I. (2018). Bakpia Pathok 25, Oleh Oleh Legendaris Khas Yogyakarta. Diakses pada: bit.ly/2SNvawM

Amstrong, dan Kotler. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta

Anang, F. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Pasuruan: *Qiara Media*.

Andini, L. P. (2016). *Pengaruh celebrity endorse dan tagline Iklan terhadap brand awareness konsumen pada Produk Wardah dikalangan Mahasiswi UIN Maliki Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Andrologi, Febrian. 2014. Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap *Brand Loyalty* dan Dampaknya Terhadap *Brand Equity*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Atmoko, W., & Kurniawati, I. (2009). Swamedikasi: Sebuah respon realistik perilaku konsumen di masa krisis. *Bisnis dan kewirausahaan*, 2(3), 233-247.

Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas edisi keempat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chinomona, R. (2016). *Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa*. *African Journal of Economic and Management Studies*.
- Chou, C. Y. (2005). A study of the relationship among the integrated marketing communication, tourism image, brand awareness, satisfaction, loyalty-the case study of Gukeng Huashan coffee. *Unpublished master thesis, Nanhua University, Taiwan*.
- Danish, R. Q., Khan, M. K., Ghafoor, M. M., Ahmad, I., Humayon, A. A., & Aslam, S. (2018). Impact of Brand Loyalty in Assessing Purchase Intentions of a Customer: A Study of Automobile Industry in South Asian Perspective. *South Asian Studies*, 33(2), 347-364 Diakses dari http://pu.edu.pk/images/journal/csas/PDF/3_v33_2_18.pdf
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Efendy, P., & Suryadinata, Y. (2015). Analisa Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Di Restoran D'cost Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 613-627.
- Fatmasari, D. (2018). Pengaruh *Brand Awareness, Perceived Quality*, dan *Brand Loyalty* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa FTIK IAIN Purwokerto) Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Diakses dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/4644/>
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2005.: *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Customer Loyalty* Gunawardane, N. R. (2015). *Impact of Brand Equity towards Purchasing Desition: ASituation on Mobile Telecommunication Services of Sri Lanka*. *Journal of Marketing Management*, 3(1), 100-117.
- Hadi,S. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar

- Hasan, Ali. (2009). *Marketing*. PT Media Pressindo, Yogyakarta
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen : Dasar, Pengertian, Dan Masalah*, Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap *Brand Loyalty* pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1684-1697.
- Kartika, A. S., & Kusuma, A. G. A. A. (2016). *Peran Efektivitas Iklan dalam Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude pada Iklan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Aqua) di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Keller, L. (1993). *How to manage brand equity*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Keller. (2003). *How To Manage Brand Equity*. Jakarta: gramedia pustaka.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021 5 Mei). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia* Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Diakses pada 10 Januari 2023 dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022 5 Agustus). *Ekonomi Indonesia Q2 Tahun 2022 Tumbuh Impresif di Tengah Ketidakpastian dan Krisis Global*. Diakses pada 10 Januari 2023 dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4420/ekonomi-indonesia-q2-tahun-2022-tumbuh-impresif-di-tengah-ketidakpastian-dan-krisis-global>
- Kotler, P., Pfoertsch, W., Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2010). *Managing Ingredient Brands and Measuring the Performance of In Brands. Ingredient Branding: Making the Invisible Visible*, 277-330.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Kurniawati, P. I., & Sayuti, S. A. (2013). Manajemen Sarana dan Prasarana di SMK N 1 Kasihan Bantul. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 1(1), 98-108.

- Kusumajaya dan Samuel, (2014). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Winston Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-7.
- Laurent, G., Kapferer, J. N., & Roussel, F. (1995). The underlying structure of brand awareness scores. *Marketing Science*, 14(3_supplement), G170-G179.
- Lutiary Eka Ratri. (2007). *Hubungan antara citra merek (brand image) operator seluler dengan loyalitas merek (brand loyalty) pada mahasiswa pengguna telepon seluler di fakultas ekonomi reguler Universitas Diponegoro Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Marconi, Joe, (1993) *Beyond Branding*, Chicago : *Probus Publishing Company*.
- Musay F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 2.
- my-best.id, (2022 11 September): 10 Rekomendasi Bakpia Pathok Terbaik Terbaru Tahun 2022. Diakses pada 11 Agustus 2022 dari <https://my-best.id/136328>
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of marketing*, 63(4), 33-44.
- Peng, W. T. (2006). *The Relationship Among Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty-An Empirical Study Of Domestic Rice Wine Market. Unpublished Master Thesis, National Dong Hwa University, Taiwan.*
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* 2nd. ed. 4 Jakarta. *Penerbit Erlangga*.
- Peter, J. P., Olson, J. C. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy 6th ed.* New York: McGraw-Hill/Irwin
- Philip, K., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12. Penerbit PT. Indeks, Jakarta.*
- Putra & Eka Sulistyawati. (2019). Peran *Brand Trust* Memediasi Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty*. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4328-4356
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty teh botol sosro survei konsumen teh botol sosro di food court itc cempaka mas, jakarta timur. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-17.

- Roisah, R., Lukmanul, H., & Mukminin, A. (2018). Strategi Membangun Brand Awareness Pada Usaha Mikro Kecil Menengah. *ABDIMAS BSI*, 1(2), 340–347.
- Santoso, CR dan Cahyadi, TE. (2014). Analyzing the Impact of Brand Equity towards Purchase Intention in Automotive Industry: A Case Study of ABC in Surabaya'. *iBuss Management*, 2(2), 29-39
- Sasmito, D., Putra, W., & Sofyan, L. (2021). Nganjuk.Hitz: Sistem Informasi Pariwisata Berbasis 360-degree Tourism Web Guna Mengembangkan Destinasi Wisata di Kabupaten Nganjuk. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(2), 75-87. <https://doi.org/10.37680/amalee.v2i2.676>
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setyanti. (2012, September 17). Cara Menentukan Kemasan Produk. Diakses Pada 10 Januari 2023 dari Kompas.Com.
- Shahid, Z., Hussain, T., & Zafar, F. (2017). The Impact of Brand Awareness on the Consumers' Purchase Intention. *Journal of Accounting & Marketing*, 6(1), 1-4. doi: <https://doi.org/10.4172/2168-9601.1000223>
- Simonson, Alex., Schmitt, Bernd H. (2009). *MarketingAesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*. New York: Free Press
- Sugiyama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1-14.
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sutikno, B. (2019). *Testing the robustness of theory of planned behavior in predicting women's intention to wear jilbab*. *Jurnal Kawistara*, 8(3), 228-236.
- Swa Online. (2014). Peran UMKM Selamatkan Ekonomi dan Upaya Mengembangkannya. Swa.co.id diakses pada 06 Agustus 2022 dari

<https://swa.co.id/swa/peran-umkm-selamatkan-ekonomi-dan-upaya-mengembangkannya>

- Tek.id. (2019, 19 juli). Pengguna iPhone Banyak Yang Hijrah ke Android. Diakses pada 10 agustus 2022 dari <https://www.tek.id/tek/pengguna-iphone-banyak-yang-hijrah-ke-android-b1Xjy9eWP>
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153.
- Tjiptono, F. (2007). Strategi Pemasaran Edisi ke dua, penerbit Andi. *Yogyakarta. Rahayu Somalua, Asim, Nurminingsih, Robert Siregar.*
- Tjiptono, Fandy. (2000). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi. Schiffman, L.G dan L.L. Kanuk. 2009. *Customer Behavior, New Jersey : Prentice ± Hall International, Inc*
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Wahyudi, Hendri Dian. (2005). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Eksekutif*, 2 (3), 165-170.
- Wardhana, Aditya, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Wijayati, Rosalia Putri Ayu. (2011). Hubungan antara kepuasan konsumen dan citra merek terhadap loyalitas merek pada produk pembersih wajah Pond`s. Skripsi thesis, Sanata Dharma University.
- Yana, R., Suharyono, & Abdilah, Y. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis(JAB)*, 21(1), 1-7.
- Yunita Hari Pramita Dewi. (2009). Pengukuran Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Pada Produk PT. Air Mancur. *Manajemen Pemasaran*. Surakarta.