

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2014). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda. Mitra Utama.
- Aaker, D., & McLoughlin, D. (2020). *Strategic Market Management*. John Wiley & Sons, Inc.
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali. *Buletin Studi Ekonomi*, February, 52. <https://doi.org/10.24843/bse.2020.v25.i01.p04>
- Alma, B. (2018). *Management Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (1st ed.). Alfabeta.
- Andriani, N., Nurdin, A., Fitria, U., & Dinen, K. A. (2024). Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Remaja Dan Dampaknya Bagi Kesehatan. *Public Health Journal*, 1(2), 144. <https://doi.org/10.19184/ikesma.v14i2.10459>
- Baharuddin, S. R., & Kumalasari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Fasilitas Keuangan Terhadap Minat menabung Pada Bank Muamalat Cabang Pembantu Kolaka. *Journal Global Leadership Organizational Research in Management*, 1(4), 122.
- Budiarsi, S. Y., Erwita, M. A., & Siregar, J. N. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada J&T Express Di Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 26(2), 54–66. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no2.a4738>
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1–8. <https://doi.org/10.46806/jm.v11i2.870>
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding-Rajawali Pers*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Chandra, G. D., Halim S, L. V., & Yuwanto, L. (2019). Pengaruh Warna Logo Brand terhadap Brand Personality. *Calyptra*, 2(2), 1–12.
- Christanti, B. K. A. (2023). *Pengaruh brand identity kopi kenangan terhadap brand loyalty pada followers instagram@ KopiKenangan*. id. Widya Mandala Surabaya Catholic University.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Elfrida, S., Hutapea, I. G., Gea, W., & ... (2024). Analisis Strategi Brand Heritage, Sustainability Marketing dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Sari Roti di Kota Medan). *Jurnal Ilmiah ...*, 1(3), 206–215. <http://jurnalisticqomah.org/index.php/jimea/article/view/1403>

- Enjelina, E., & Kusuma Dewi, C. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Purchase Intention Pada Produk Emina Di Kota Bandung the Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty Toward Purchase Inten. *EProceedings of Management*.
- Faisal, M., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Produk OPPO Smartphone Di Jaya Ponsel Payakumbuh. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 296–312. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i2.756>
- Fauzan, F., & Sofyan, A. (2020). Strategi Branding Saint Barkley dalam Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(1), 207–210.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, F. (2021). *Perancangan Redesign Visual Identity Sui Generis sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*. Universitas Dinamika.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner di DI Yogyakarta. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 15(1).
- Hasbun, B., & Ruswanty, E. (2016). Komperasi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dengan Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). *Journal of Business Studies*, 2(1).
- Hendrayanti, S., & Terini, U. (2021). The Impact Of Brand Image, Brand Trust And Brand Awareness On Aqua Loyalty Brand. *Jurnal Capital : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 116–133. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i2.124>
- 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. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i6.1206>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fifth Edit). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson.

- Leong, G. S. G. J., & Rorong, M. J. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Brand Identity Hotel AP Premier Dalam Meningkatkan Brand Awareness kepada Khalayak Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(3).
- Lerman, S. (2018). *Buliding Better Brands*. Adams Media.
- Lukmana, D. (2023). *10 Fried Chicken Lokal Paling Enak dan Favorit*. Nibble.
- Marsyaf, A., Malinda, I., & Tamtomo, H. (2022). Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Honda Scoopy Di Kota Jambi. *Journal Development*, 10(2), 14–26. <https://doi.org/10.53978/jd.v10i2.225>
- Marvelyn, C. (2020). *Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Yamaha Motor*.
- Mastiansyah, M. A., & Kamener, D. (2022). *Pengaruh Perceived Quality, Brand Awareness, Dan Brand Personality Terhadap Brand Loyalty Pada Ukm “Bona” Di Karimun Kepulauan Riau*. Bung Hatta University.
- Mau, D. P., Mau, Y. P., Wibowo, O. H., Kurniansah, R., Artana, I. W. A., & Ariawan, I. W. A. P. (2024). Preservation of Local Culinary Tourism in Improving the Economy of Local Communities in Surabaya. *GREENOMIKA*, 6(2), 123–134. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2024.06.2.3>
- Meilani, Y. F. C. P., Bernarto, I., Berlianto, M. P., Suryawan, I. N., & Masman, R. R. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Nadhiroh, U., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 401. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.401-412.2022>
- Natsir, M., Rasul, N. M., & Khair, A. U. (2022). Analisis Pengaruh Unsur-Unsur Komunikasi Terhadap Brand Awareness Pada Media Pemasaran Youtube. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 1315–1335.
- Ningsih, S. A., & Sutejo, B. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Raket Chicken Di Karangdinojo Kepung Kab Kediri. *PROSIDING: Konferensi Nasional Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 5899.
- Nugroho, A. H. (2021). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram, Inovasi Produk, dan Identitas Merek Terhadap Brand Awareness*. Universitas Ciputra Surabaya.
- Nuzula Agustin, I., Purwianti, L., Ana, A., Danielson, D., Hernando, H., Marcella, K., & Rusiana, N. (2023). Pengaruh Perceived Quality, Brand Satisfaction, Brand Awareness, Brand Love dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 662–678. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12487>
- Pelupessy, M. M., Tahaparry, G. H., & Fitriani, F. (2022). Pengaruh Identitas Merek,

- Persepsi Kualitas Produk dan Brand Trust terhadap Loyalitas Merek Smartphone iPhone di Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 11317–11324.
- Primandaru, N., Kristiani, N., & Pareallo, P. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand loyalty pada sepatu lokal Indonesia. *Journal of Business and Banking*, 12(2), 203–215.
- Radiansyah, J., & Ananda, A. S. (2021). Pengaruh Brand Signature Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Attitude Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Gulaku). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(3). <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i3.2089>
- Ramadhani, H. S., Helni, M. J., & Soeparwoto, D. (2019). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness , Brand Image , Dan Brand Loyalty (Studi Kasus : Followers Pada Instagram Lazada . Co . Id). *E-Proceeding of Mangement*, 6(2), 2311–2320. <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/9737/9602>
- Rifqi Suprpto, S. P., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Rosdayanti, P., & Tuti, M. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek dan Ekuitas Merek Marugame Udon. *Widya Manajemen*, 5(2), 120–134.
- Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, A. (2020). Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness (Studi pada Produk Motor Yamaha di PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 80–92.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2018). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Suputra, K. Y., Permana, G. P. L., Paramartha, I. G. N. D., Gama, A. W. O., Dewi, P. P., & Sudiksa, I. M. (2024). Pembuatan Logo Sebagai Strategi Pemasaran Olahan Kripik Ceker Ayam Desa Sampalan Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 2385–2391.
- Syahrullah, M. (2023). Strategi Branding Sebagai Upaya Optimalisasi Pengumpulan Wakaf. *Jurnal Islamika*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.37859/jsi.v6i1.5286>
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (III). CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Andi.
- Top Brand Award. (2024). Top Brand Index 2024 Kategori Restoran Fastfood. Diakses 24 Juni 2025, dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

- Wardani, N. K. (2023). *Pengaruh Pengalaman Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Widiyanti, S., & Othman, L. (2024). Pengaruh Atribut Iklan (Tagline, Jingle dan Colour) di Televisi Terhadap Brand Awareness Marketplace Blibli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Riau). *ECo-Buss*, 7(1), 148–158. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1304>
- Wijaya, R., & Nugroho, A. J. (2022). Mengetahui Pengaruh Kualitas Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2953–2962. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i11.2880>
- Wong, T. V., Sijabat, R., & Artikel, I. (2022). Pengaruh Brand Image, Customer Engagement, dan Brand Reputation Terhadap Kinerja UMKM Dimediasi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 22. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wullur, M. P., & Djawoto. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA) Djawoto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.