

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Abdulssalam, P. K. (2014). Celebrity advertisement: key to marketing success. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 5(1), 78-82.
- Alhaddad, A. (2014). The effect of brand image and brand loyalty on brand equity. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(5), 28-32.
- Alyasa, F., & Nunik, K. (2012). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepeda Motor Kawasaki Ninja. *Jurnal Mahasiswa Q-MAN*, 1(2):1-14.
- Asif, M., Abbas, K., Kashif, M., Hussain, S., & Hussain, I. (2015). Impact of brand awareness and loyalty on brand equity. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 12(1), 67-72.
- Basid, C. A., Hasiolan, L. B., & Haryono, A. T. (2015). *Pengaruh Citra Merek. Sikap Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Frisian Flag (Studi Kasus di Kecamatan Tembalang Semarang)*. Diambil kembali dari <https://www.google.com/search>
- Basid, C. A., Hasiolan, L. B., & Haryono, A. T. (2015). *Pengaruh Citra Merek. Sikap Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Frisian Flag (Studi Kasus di Kecamatan Tembalang Semarang)*. Diambil kembali dari <https://www.google.com/search>
- Compas. (2020). *Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar!* Diambil kembali dari Compas Market Insight: <https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal/>
- Creswell, J. W. (2014). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE publications.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2006). *Al-Qur'an dan terjemahan*. Pustaka Agung Harapan.

- Dewi. (2017). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Credibility Dan Brand Equity Pada Online Shop (Study pada Online Shop Vanilla Hijab Indonesia). *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 80-86.
- Dewi Sanjaya, I., & Martono, S. (2012). *Management Analysis Journal*, 1(2), 120–128.
- Dwivedi, A., Johnson, L. W., & McDonald, R. E. (2015). Celebrity endorsement, self-brand connection and consumer-based brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, Volume 24 · Number 5 · 449–461.
- Ermawati, P. W., Sudiro, A., & Khusniyah, N. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Ekuitas Merek pada Pelanggan Hypermarket di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, Vol 14 No 2.
- Ghodeswar, B. M. (2008). Building brand identity in competitive markets: a conceptual model. *Journal of product & brand management*, 17(1), 4-12.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares konsep, metode dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 4.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilal, F. G, Paul, J, Gilal, N. G, & Gilal, R. G. (2020). Celebrity endorsement and brand passion among air travelers: Theory and evidence. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102347.
- Gima, S., & Emmanuel, F. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14.
- Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Hadist Riwayat Abu Daud, yang dishahihkan oleh alHakim, dari Abu Hurairah.* (t.thn.).

*Hadist Riwayat Abu Daud, yang dishahihkan oleh alHakim, dari Abu Hurairah.*  
(t.thn.).

*Hadist Riwayat Al-Bukhari.* (n.d.).

*Hadist Riwayat Al-Bukhari.* (t.thn.).

Hair, J.F. Jr, Black, W.C, Babin, B.J, Anderson, R.E, & Tathan, R.L. (2009).  
*Multivariat Data Analysis.* New Jersey: Prentice Hall: 6<sup>th</sup> Ed).

Hamid, A. A., Seesy, A. M., & Hasaballah, A. A. (2015). Interaction effect of  
perceived service quality and brand image on customer satisfaction. *Asian  
Journal of Management Sciences*, 3(10), 1-8.

Hardian, V. (2017). Pengaruh Sikap Merek dan Citra Merek Terhadap Ekuitas  
Merek LP3I. *Jurnal Lentera Bisnis*, 1(2), 100-136.

Hovland, C. I., Janis, I. K., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and  
Persuasion.* New Haven, CT: Yale University Press.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Surabaya: Unitomo  
Press.

Kotler. (2012). *Marketing Management.* New Jersey: Prentic Hall.

Kotler, d. K. (2008). *Buku Manajemen Pemasaran.* Indonesia: PT. Gelora Aksara  
Pratama.

Kotler, P., & Gary, A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1.* Jakarta:  
Erlangga.

Luan, P., & Lin, H. (2003). A Customer Loyalty For E-Service Context. *Journal Of  
Electronic Commerce Research*, 4(4), 157–167.

Mahmud, & Anggraini, M. (2020). The Impact of Celebrity Endorser and Self  
Brand Connection on Brand Equity. 153-166.

Mahmud, M, & Anggraini, M. D. (2020). The Impact of Celebrity Endorser and  
Self Brand Connection on Brand Equity. 153-166.

Muda, M., Musa, R., & Putit, L. (2012). Breaking through the clutter in media environment: how do celebrities help? . *Procedia-Social and Behavioral Sciences*(42), 374-382.

*Muttafaq Alaih, dan lafazh hadits ini menurut riwayat Muslim.* (t.thn.).

Muzaqqi, A., Fauzi, A., & Suyadi, I. (2016). PENGARUH KESADARAN MEREK, KESAN KUALITAS, ASOSIASI MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 31 No. 1.

Nawa, N. U., & Hidayat, A. (2020). Peran Self-Brand Connection dalam Memediasi Kredibilitas Endorser terhadap Ekuitas Merek pada Marketplace Shopee. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4.1: 59-71.

Nelfianti, F., Sriyanto, A., & Naryoto, P. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP BRAND CREDIBILITY DAN BRAND EQUITY (STUDI PADA ONLINE SHOP YANG TERDAPAT DI SOSIAL MEDIA-INSTAGRAM PRODUK FASHION). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 10(2), 108-122.

Nofriyanti, A. (t.thn.). Analisis Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Brand Equity Dimediasi Brand Loyalty (Studi Pengguna Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawi (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Nofriyanti, A. R. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Brand Equity Dimediasi Brand Loyalty (Studi Pengguna Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawi.* Universitas Brawijaya.

Nugroho, F. Y. (2011). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen.* Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.

- Pappu, R, Quester, P. G, & Cooksey, R. W. (2006). Consumer-based brand equity and country-of-origin relationships: Some empirical evidence. *European Journal of marketing*.
- Pracista, N. M., & Rahanatha, G. B. (2014). PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER, DAYA TARIK IKLAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP EKUITAS MEREK (BRAND EQUITY) DARI PRODUK SAMPO L'OREAL PADA KONSUMEN WANITA (Studi Kasus Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 3, no. 7.
- Purnama, K. M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Credibility terhadap Consumer Based Brand Equity dan Brand Credibility sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pengiriman Logistic J&T Express. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1-8.
- Quran Kemenag*. (2022). Diambil kembali dari Kemenag RI: <https://quran.kemenag.go.id/>
- Rahmadhano, R, & Yuliati, A. L. (2014). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Peter Says Denim Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 1(3).
- Rahmat, H. K, Banjarnahor, J, Ma'rufah, N, & Widana, I. D. K. K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat oleh Bintara Pembina Desa (Babinsa) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 91-107.
- Raluca, C. A. (2012). Celebrity endorsement strategy, *Annals of the „Constantin Brâncuși”*. *Economy Series*(3), Economy Series(3).
- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Setiawan, H. (2012). pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha songket skala kecil di kota Palembang. *Orasi Bisnis: Jurnal Ilmiah Administrasi Niaga*, 8(2).
- Setiawan, P. H, & Harris, I. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Studi Kasus Pada Penggunaan Smartphone Xiaomi Di Batam). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(1), 49-58.
- Setiawan, P. H., & Harris, I. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Studi Kasus Pada Penggunaan Smartphone Xiaomi Di Batam). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(1), 49-58.
- Shimp, T. (2007). *Integrated Marketing Communication In Advertising & Promotion (Vol. 7th edition. International Student Edition)*. South Western.
- Sivesan, S. (2013). Impact of celebrity endorsement on brand equity in cosmetic product. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 2(4), 1-11.
- Sucahyo, Y. A. (2017). PENGARUH BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY, BRAND AWARENESS, DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND EQUITY PADA BRAND HAPPY BABY. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 2, Nomor 5.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukiarti, L., Budi, L., & Haryono, A. T. (2016). PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP MEREK, KESADARAN MEREK DAN KUALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK, HAND & BODY LOTION VASELINE

( Studi Kasus di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang ). *Journal Of Management*, Volume 2 No.2.

Sukiarti, S, Hasiholan, L. B, & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Merek Terhadap Ekuitas Merek, Hand & Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang). *Journal of Management*, 2(2).

Takaya, R. (2018). Effect Of Endorser Credibility, Brand Credibility, Self-Brand Connection On Brand Equity. *Business and Entrepreneurial Review*, Page 115 - 132.

Westhuizen, L.-M. (2018). Brand loyalty: Exploring self-brand connection and brand experience. *Journal of Product & Brand Management*.

Widyajayanti, N. M., & Kusuma, A. A. (t.thn.). *Peran self-brand connection dalam memediasi pengaruh kredibilitas endorser terhadap brand equity pada brand guess*. 2017: Udayana University.

Winarto, J. (2011). Hubungan Antara Citra Merek Dengan Ekuitas Merek. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 10(2).

Winarto, J. (2011). Hubungan Antara Citra Merek Dengan Ekuitas Merek. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 10(2).