

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2001). *Strategic market management*. USA : John Wiley & Sons, INC.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. simon and schuster:New York.
- Aaker, D. A. (2009). *Managing brand equity*. simon and schuster:New York.
- Adamson, K. A. & Prion, S.. (2013). Reliability : measuring internal consistency using cronbach's  $\alpha$ , *Clinical Simulation in Nursing*, Vol.9,
- Aditya, I. (2023). *Perusahaan Kosmetik Di Indonesia Tumbuh 20,6 Persen*. Diakses pada 18 Juni 2023, dari <https://www.krjogja.com/peristiwa/read/497680/perusahaan-kosmetik-di-indonesia-tumbuh-206-persen>
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Buku Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*. CV Noah Aletheia : Badung
- Agusli, D. (2013). *Analisa pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap minat beli konsumen Midtown Hotel Surabaya*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Arpan, Y., & Dewi, P. C. (2018). Analisis Brand Switching Pengguna Transportasi Online Gojek dengan Metode Markov Chain di Kota Bandar Lampung. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 15(2), 151-162.
- Arun, K. N., Girish, S., Suresha, B., & Mahesh, E. (2023). Switching intention and switching Behaviour of adults in the non-life insurance sector: Mediating role of brand love. *Insurance Markets and Companies*, 14(1), 1.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish

- AYU, S. N. (2020). *PENGARUH KONFORMITAS DAN PROKRASTINASI AKADEMIK TERHADAP PRESTASI BELAJAR PESERTA DIDIK (Survey Pada Mata Pelajaran Ekonomi Peserta Didik MAN 3 Kota Tasikmalaya Tahun Ajaran 2019/2020)* (Disertasi Doktor, Universitas Siliwangi).
- Babbie, E. R. (2020). *Practice of Social Research* (15th ed.). Cengage Learning : Boston.
- Budiastuti, D. (2022). *Validitas dan reliabilitas penelitian*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Cliffton, R., & Simmons, J. (2004). *Brands and Branding (1st ed.)*. London: Profile Book Ltd.
- Dawes, J. G. (2023). Patterns of buyer Behaviour and brand metrics in a “high loyalty” category: Liquor. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Perilaku Merek*. (Vol. 3). Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dutta, S. (2021). -. *IITM Journal of Management and IT*, 12(2), 67-73.
- Fatema, M., Azad, M. A. K., & Masum, A. K. M. (2013). *Impact of Brand Image and Brand Loyalty in Measuring Brand Equity of Islami Bank Bangladesh Ltd*. *Asian Business Review*, 2(1), 42-46.
- Inegbedion, H., & Obadiaru, E. (2019). Modelling brand loyalty in the Nigerian telecommunications industri. *Journal of Strategic Marketing*, 27(7), 583-598.
- Julius, Y., & Limakrisna, N. (2016). *Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta : Deepublish.

- Kotler, P. T., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing*. Australia : Pearson Higher Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Principles of marketing*. Australia : Pearson Higher Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Leavy, P. (2017). *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches*. New York: The Guilford Press
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marconi, Joe. (1994). *Beyond Branding*. Chicago: Probus Publishing Company.
- Mutia, A. (2022). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022*. Diambil 18 Juni 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. (2002). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43-56.
- Puth, M. T., Neuhäuser, M., & Ruxton, G. D. (2014). Effective use of Pearson's product–moment correlation coefficient. *Animal behaviour*, 93, 183-189.

- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Budi Rahayu Tanama Putri. Bali : Universitas Udayana
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta : Deepublish.
- Ryan, T. P. (2013). *Sample size determination and power*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Basu. ( 2016 ). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, 1st ed. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Syahdajat, T. (2015). *Panduan menulis tugas akhir kedokteran & kesehatan*. Kencana.
- Tavakol, M. & Dennick, R.. (2011). Making sense of cronbach's alpha, *International Journal of Medical Education*, Vol.2
- Thaniedsa, S. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Brand Switching dengan Variety Seeking Sebagai Moderasi:(Studi Kasus Brand Switching Pengguna Smartphone Samsung ke Smartphone Lain di DKI Jakarta* (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Jakarta).

- Tingkir, C. F. (2014). *Pengaruh identitas merek terhadap loyalitas merek melalui citra merek dan kepercayaan merek Toyota. Jurnal manajemen pemasaran*, 8(2), 62-69.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Zahari, A., & Evanita, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Produk Kosmetik Sariayu di Kota Padang. Jurnal Ecogen*, 1(4), 896-904.