DAFTAR PUSTAKA

Aaker. 2018. Manajemen Ekuitas Merek, Jakarta : Mitra Utama.

Aditama, Roni Angger. 2020. Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi. Malang: AE Publishing.

Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit Ombak.

Dessler, G. (2017). Human Resource Management (15th ed.). Boston: Pearson Education.

Dhasarathi, S., & Kanchana, P. N. (2022). Branding Towards Customer Loyalty On Apparels By The Customers Of Selected Cities Of Tamilnadu.

Duman, T., Ozhal, O., & Duerod, M. (2017). The Role of Affective Factors on Brand Resonance: Measuring Customer-based Brand Equity for the Sarajevo Brand. Journal of Destination Marketing and Management, 8, 359-372. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.08.001

Ghodang, H. dan Hantono. 2020. Medan : PT. Penerbit Mitra Grup

Griffin, J. (2022). *Loyalitas Pelanggan: menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

Hariyadi, G. T., Nuryanto, I., & Wijaya, M. P. (2020). Upaya Brand Salience untuk Mendorong Terjadinya Brand Resonance. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis (JPEB), 5(1), 122–135. https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i1.3280

Hasibuana, and Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Hasibuan, M. S. P. (2020). Manajemen: Dasar, pengertian, dan penerapan (Edisi revisi). Jakarta: Bumi Aksara.

Hurriyati, R. (2015). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen: Fokus pada konsumen kartu kredit perbankan. Bandung: Alfabeta.

Ibrahim, K., Hadirianto, A., & Adriana, E. (2024). Peran Brand Resonance untuk Meningkatkan Customer Retention. Prosiding SENAM 2024: Ekonomi Dan Bisnis, 4, 91–98.

Keller, K. L. (2016). Manajemen merek strategis: Membangun, mengukur, dan mengelola ekuitas merek (Edisi ke-4). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., (2022). Marketing management (16th ed.). Pearson Education.

Keller, K.P. (2016). Marketing Management. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Marketing Management Edisi 14. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc

Keller, (2020). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (5th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen Pemasaran (Edisi ke-16). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2. Jakarta: PT. Indeks

Kumparan.com (2021). Tren Makanan Siap Saji Diperkirakan Meningkat di 2020-2027, Bisa Jadi Ide Bisnis.

Lestari, A. (2024). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Resonance Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Brand Samsung Di Kota Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).

Lusianti, D. (2024). Mas' uliyah Society Brand Resonance. Penerbit NEM.

Marbun, M. R., Zaki, A., & Arafah, N. (2025).IMPLEMENTASI MANAJEMEN PENGELOLAAN SANTRI DALAM MEMBINA DAN MINAT BAKAT DAN KREATIFITAS SENI KALIGRAFI DI SANGGAR AL-JAUZAA'. Jurnal Kajian dan Riset Mahasiswa, 1217-1234.

Mashuri, M., & Darianto, D. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Grab (Studi Kasus Pada Kota Lamongan). Economics and Digital Business Review, 6(1), 592–603. https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i1.2166

Maulidina, M., & Siregar, O.M. (2024). Strategi Merek Resonan Kunci Sukses Bisnis Wisata. Deli Serdang: Penerbit CV Cattleya Darmaya Fortuna.

Moura, L. R. C., Ferreira, P. R., de Oliveira, A. D., & da Silveira Cunha, N. R. (2019). Test and validity of the Brand Resonance Model's. Revista Gestão & Tecnologia, 19(1), 4-24.iregar, M. O. M. 2024. Strategi Merek Resonan Kunci Sukses Bisnis Wisata. Deli Serdang : CV.Cattleya Darmaya Fortuna.

Ogestine, S., Pakpahan, E., & Rostina, C. F. (2023). The influence of product price and quality on customer loyalty with customer satisfaction as an

intervening variable at PT. Brother Group, Medan. Journal of Economics and Business Letters, 3(4), 29–37. https://doi.org/10.55942/jebl.v3i4.231

Oliver. 2014. *Satisfaction: a Behavioural Perspektif on The Consumer.* Edisi New York, Mc Graw-Hill.

Pratama, r. 2020. Pengantar manajemen. Yogyakarta: cv budi utama. Publishing

Priyanto, Doyo. 2018. Prilaku Konsumen dan Loyalitas. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Purwandi, S. 2022. Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital). Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Rifa'i, Khamdan. 2019. *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit CV Pustaka Ilmu Group Yoyakarta.

Saputro, W. R. & Murwanti, S. (2024) Pengaruh Resonansi Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Konsumen Produk Makanan Indomie di Kabupaten Karanganyar Jurnal Manajemen Dewantara, Vol. 8, No. 1, hlm. 170–183

Satriadi, Manawir, Eka Hendrayani, Leonita, Nursaidah. 2021. *Manajemen Pemasaran. Sukabumi*: Samudra Biru.

Siregar, M. O. M. 2024. Strategi Merek Resonan Kunci Sukses Bisnis Wisata. Deli Serdang : CV. Cattleya Darmaya Fortuna.

Sudarsono, H. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember: Penerbit Pustaka Abadi.

Sutarso, P. J. A. (2019). Analisis pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pada marketplace di Indonesia (Skripsi, Universitas Telkom). Universitas Telkom.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatis, dan R&D. Bandung *: Alfabeta, CV.*

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kuantitatif R & D*. cetakan ke 1 Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (edisi ke-2)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, dan Anastasia Diana. (2015). Pelangan Puas? Tak Cukup! Edisi 1.Yogyakarta : Andi.

Widyastuti, P. (2023). Brand resonance and brand salience in luxury cosmetic products with symbolic value as the mediating variable. Journal of Enterprise and Development (JED), 5(3), 675-690.

Wulandari, Ririn & Rizka Ismi Khoiriah. 2024. Manajemen Produk dan Merek untuk Perencanaan Strategi Pemasaran. Makassar : Cetakan pertama. PT.Nas Media Indonesia.

Yaya Ruyatnasih, Liya Megawati, (2018), Pengantar Manajemen: Teori, Fungsi dan Kasus, Yogyakarta, Absolute Media.

Yusuf, Ade. (2022). Manajemen Pemasaran I. Bandung : Insan Cendekia Mandiri.