

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- A. Kadir, (2010), *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an*, Jakarta : AMZAH.
- Ahmadi, Rulam,(2016), *Metodologi Penelitian Kualitatif*,Yogyakarta : Ar-Ruz Media.
- Arikunto, Suharsimi, (2013), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Aprianto, Iwan, dkk,( 2020), *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, Sleman : CV Budi Utama.
- Cahyaningtyas, June, Sri Issundari, (2016), *Place Branding Dalam Hubungan Internasional*, Yogyakarta : Deepublish.
- Chalil, Rifyal Dahlawy, dkk., (2020), *Brand,Islamic Branding, & Re-Branding Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*, Depok : Rajawali Pers.
- Ghony, Djunaidi dan Fauzan, (2016), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, (2022), *Startegi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Tangerang Selatan : Pascal Books.
- Hermansyah, (2008), *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*,Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Hidayatullah, Indra Erlangga, (2023), *Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Dengan Pelanggaran Kesamaan Nama Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*.
- Jazil, Thuba, Dr. Nur Hendrasto, (2021), *Prinsip Dan Etika Bisnis Islam*, KNEKS.
- Khilmiyah, Akif, (2016), *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Samudra Biru.

- Kurnianingrum, Novianti, Trias Palupi, dkk, (2017), *Perlindungan Merek*, Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kusnadi, Edi, (2008), *Metodologi Penelitian (Aplikasi Praktis)*, Jakarta Timur: Ramayana Pers.
- Kodrat, David Sukardi, (2020), *Manajemen Merek Dan Strategi E-Commerce Pendekatan Praktis*, Jakarta : Kencana.
- Lubis, Andi Fahmi dkk, (2009), "*Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks* ", Jakarta : Creative Media.
- Makara, Suhasril dan Mohammad Taufik, (2010), *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Mardani, (2014), *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta : Kencana.
- Mawarti, Herin,(2021), *Memenangkan Wawancara Kerja*, Jakarta : Yayasan Kita Menulis.
- Miles, M.B, Huberman A.M, dan Saldana J, (2014), *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3, Terj. Tjetjep Rohindi Rohidi, Jakarta : UI Press.
- Mukkawaru, Zulkifli, dkk, (2021), *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, dan Merek*, Sukabumi : Farha Pustaka.
- Muhammad, Abdulkadir, (2001), *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung Citra Aditya Bakti.
- Nugroho, Susanti Adi, (2012), *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Jakarta : Kencana Prenamedia Group.
- Noor, Juliasyah, (2012), *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta : Kencana.
- Prasetyo, Bambang D. dan Nufian S.Febriani, (2020), *Strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*, Malang : UB Press.
- Rosita, Sumiati, Nadiyah Hirfiyana, dkk, (2016), *Brand Dalam Implikasi Bisnis*, Malang : Ub Press.

- Ramli, Ahmad, (2000), *H.A.K.I Hak Atas kepemilikan Intelektual*, Bandung : Mandar Maju.
- Rahmi,Janed, (2015), *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta : Prenadamedia Group.
- Sarosa, Samiaji, (2021), *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : PT Kanisius.
- Sitorus, Sunday Ade,(2022), *Brand Marketing : The Art Of Branding*, Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia.
- Siyoto,Sandu,dkk, (2015), *Dasar Metodologi Penelitian*, Sleman: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*.
- Sugiyono, (2014), *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta.

## **B. JURNAL**

- Amuzzahidin, Muh. In<sup>o</sup>, (2015), Konsep Kebebasan Dalam Islam, (*Jurnal At-Taqaddum*)
- Ariano, Marco, (2017), Pengaruh Rebranding Dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia, Surabaya : *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.
- Latif, Abdul,(2017), Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam, *Islamic Economic Journal*.
- Laurent,Muzellec, et.al., (2006),*Corporate rebranding, destroying, transferring or creating brand equity?. European Journal of Marketing*.
- Suflah, Siti Nur, (2021), Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Dari Tindakan Pelanggaran Merek/Merek Tiruan Di Medan (Studi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, Medan : *Juris Studia, Jurnal Kajian Hukum*.

Zubaedah, Laily Maknin, (2018), Corporate Rebranding Tokobagus.Com Menjadi Olx.Co.Id corporate Rebranding Tokobagus.Com Menjadi Olx.Co.Id, *Journal System Universitas Pamulang*.

### C. SKRIPSI

Ribath Safitri, (2020), *Akibat Hukum Penggunaan Merek Pribadi Oleh Pelaku Usaha Terhadap Produk Merek Dagang Terkenal Asing Melalui Repacking (Studi Pada Produk Kosmetik Merek Terkenal Asing Di Salatiga)*, Semarang : Skripsi Universitas Negeri Semarang.

Yolanda Agnes Oktavia, (2018), *Rebranding Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Online Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung)*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Chyntia Devi, (2023) , *Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Tentang Sistem Pergantian Merek Barang Produk Makanan (Studi Di Yummy Cake & Bakery Bandar Lampung)*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Lidia Shinta Audina, (2019), *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Nature Republic Terhadap Pemalsuan Merek Di Indonesia*, Skripsi Universitas Jember.

Dewi Rukamana, (2022), *Akibat Hukum Merek Dagang Yang Belum Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis ((Studi Kasus Pada Home Industri Kue Makece Cirebon Dan Aneka Kue Kering Arin Mudawamma)*, Skripsi IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

#### D. UNDANG-UNDANG

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

#### E. WEBSITE

Aurelia, Anindyadevi, Persaingan Bisnis : Manfaat, Bentuk, dan Cara Menghadapinya dalam <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6304944/persaingan-bisnis-manfaat-bentuk-dan-cara-menghadapinya> diakses pada tanggal 6 Februari 2024

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) diakses pada tanggal 04 Januari 2024

<https://www.kbbi.co.id/arti-kata/merek> diakses pada tanggal 04 Januari 2024

<https://tafsirweb.com/699-surat-al-baqarah-ayat-188.html> diakses pada 5 Juni 2024

#### F. WAWANCARA

Hasil wawancara dengan Mbak Ajeng sebagai konsumen Salad Buah Premium 711, pada tanggal 14 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Mbak Alfi sebagai *reseller* Salad Buah Sultan milik Mbak Putri, pada tanggal 23 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Mbak Alifia sebagai konsumen Salad Buah Premium 711, pada tanggal 5 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Mbak Dina sebagai konsumen Salad Buah Premium 711, pada tanggal 14 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Ibu Lulus sebagai produsen Salad Buah Premium 711, pada tanggal 27 Februari 2024

Hasil wawancara dengan Mbak Putri sebagai *reseller* Salad Buah Premium 711, pada tanggal 5 April 2024

Hasil wawancara dengan Mbak Rahma sebagai konsumen Salad Buah Premium 711, pada tanggal 7 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Mbak Sania sebagai konsumen Salad Buah Premium 711, pada tanggal 13 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Mbak Vanissa sebagai konsumen Salad Buah Premium 711, pada tanggal 13 Maret 2024

Hasil wawancara dengan Mbak Zahra sebagai konsumen Salad Buah Premium 711, pada tanggal 11 Maret 2024