

## Pengaruh Kasus Sengketa Merek Terhadap Industri Sepeda dan Otomotif: Studi Kasus Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor

Naysa Andrea Thie<sup>1</sup> Gunardi Lie<sup>2</sup> Moody Rizqy Syailendra Putra<sup>3</sup>

Jurusan Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta,  
Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [naysa.205210033@stu.untar.ac.id](mailto:naysa.205210033@stu.untar.ac.id)<sup>1</sup> [gunardi.lie@untar.ac.id](mailto:gunardi.lie@untar.ac.id)<sup>2</sup> [moodys@fh.untar.ac.id](mailto:moodys@fh.untar.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Sengketa merek dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap industri, terutama dalam industri sepeda dan otomotif yang sangat kompetitif. Studi kasus antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor menunjukkan bagaimana kasus sengketa merek dapat mempengaruhi kedua perusahaan dan industri secara luas. Dalam kasus ini, Trek Bicycle Corporation, produsen sepeda terkemuka, menuduh PT Astra Honda Motor, produsen sepeda motor terbesar di Indonesia, telah menjiplak merek dagang mereka. Sengketa ini menciptakan ketegangan antara kedua perusahaan dan dapat memengaruhi citra dan reputasi mereka di mata konsumen. Selain itu, kasus ini juga bisa memicu persaingan tidak sehat dan merugikan industri secara umum. Dampak dari kasus sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor terhadap industri sepeda dan otomotif dapat dirasakan dalam berbagai aspek, seperti penurunan kepercayaan konsumen, penurunan penjualan, dan kerugian finansial yang dapat memengaruhi pertumbuhan industri secara keseluruhan. Penyelesaian sengketa merek dalam industri sepeda dan otomotif sangat penting untuk memastikan berlangsungnya persaingan yang sehat dan berkelanjutan. Kontribusi dari regulator dan lembaga hukum dalam menyelesaikan kasus sengketa merek secara adil dan transparan juga sangat diperlukan untuk menjaga kestabilan dan pertumbuhan industri. Dengan demikian, studi kasus antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor memberikan gambaran yang jelas tentang pengaruh kasus sengketa merek terhadap industri sepeda dan otomotif. Pentingnya memahami hukum merek dagang dan menyelesaikan sengketa dengan bijaksana adalah kunci untuk memastikan kelangsungan bisnis dan pertumbuhan industri yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Merek, Dampak, Sengketa, Trek Bicycle Corporation, PT Astra Honda Motor

### Abstract

*Brand disputes can have a significant impact on the industry, especially in the highly competitive bicycle and automotive industries. The case study between Trek Bicycle Corporation and PT Astra Honda Motor shows how brand dispute cases can affect both companies and the industry at large. In this case, Trek Bicycle Corporation, a leading bicycle manufacturer, accused PT Astra Honda Motor, the largest motorcycle manufacturer in Indonesia, of plagiarizing their trademark. These disputes create tension between the two companies and can affect their image and reputation with consumers. Apart from that, this case could also trigger unfair competition and be detrimental to the industry in general. The impact of the brand dispute case between Trek Bicycle Corporation and PT Astra Honda Motor on the bicycle and automotive industries can be felt in various aspects, such as decreased consumer confidence, decreased sales, and financial losses which can affect overall industry growth. Resolving brand disputes in the bicycle and automotive industries is very important to ensure healthy and sustainable competition. Contributions from regulators and legal institutions in resolving brand dispute cases fairly and transparently are also very necessary to maintain industry stability and growth. Thus, the case study between Trek Bicycle Corporation and PT Astra Honda Motor provides a clear picture of the influence of brand dispute cases on the bicycle and automotive industries. The importance of understanding trademark law and resolving disputes tactfully is key to ensuring business continuity and continued industry growth.*

**Keywords:** Brand, Impact, Dispute, Trek Bicycle Corporation, PT Astra Honda Motor



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

**PENDAHULUAN**

Di era modern ini, dunia bisnis semakin berkembang. Semua pihak harus ikut serta dalam intervensi (Campur tangan), agar tidak ketinggalan. Kita perlu belajar bisnis karena bisnis mempunyai dampak yang besar bagi kehidupan banyak orang, terutama para wirausaha atau pengusaha. Pengusaha juga harus mempunyai kemampuan membaca dan memahami pasar terutama dalam memilih kualitas produk, serta profesionalisme dalam memuaskan pelanggan terutama dalam memilih merek sebagai simbol produk suatu perusahaan atau pebisnis. Keberadaan HKI selalu berkembang sesuai dengan dinamika perkembangan masyarakat itu sendiri, begitu pula masyarakat Indonesia yang selalu dihadapkan pada persoalan-persoalan terkait kekayaan intelektual dan menyelesaikannya secara langsung.

Industri sepeda dan otomotif merupakan dua sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian global. Dalam industri ini, merek dan citra merek memainkan peran krusial dalam menarik konsumen dan membedakan produk dari pesaing. Salah satu kasus sengketa merek yang menarik perhatian adalah antara Trek Bicycle Corporation, perusahaan sepeda terkemuka asal Amerika Serikat, dan PT Astra Honda Motor, salah satu produsen sepeda motor terbesar di Indonesia. Kasus sengketa ini menimbulkan dampak yang signifikan bagi kedua industri tersebut. Trek Bicycle Corporation telah dikenal sebagai salah satu pemimpin dalam industri sepeda global sejak didirikan pada tahun 1976. Perusahaan ini terkenal karena inovasi produknya dan komitmen terhadap kualitas. Di sisi lain, PT Astra Honda Motor merupakan salah satu anak perusahaan dari Astra International yang telah mendominasi pasar sepeda motor di Indonesia sejak tahun 1971. Kedua perusahaan ini memiliki sejarah panjang dan reputasi yang kuat di industri masing-masing. Merek Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor telah menjadi ikon dalam industri sepeda dan otomotif. Trek dikenal dengan desain inovatif dan performa tinggi, sementara Honda merupakan merek yang diandalkan dalam hal kualitas dan daya tahan. Citra merek keduanya telah dibangun selama bertahun-tahun melalui strategi pemasaran yang efektif dan produk berkualitas tinggi. Sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor bermula dari klaim bahwa logo baru Trek mirip dengan logo Honda. Hal ini memicu konflik hukum antara kedua perusahaan dan menarik perhatian publik serta pelaku industri. Proses hukum yang panjang dan kompleks menjadi sorotan dalam kasus ini.

Kasus sengketa merek ini telah memberikan dampak signifikan terhadap industri sepeda, terutama dalam hal citra merek dan kepercayaan konsumen. Perubahan preferensi konsumen dan strategi pemasaran perusahaan lain dalam menghadapi kasus ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri sepeda secara keseluruhan. Kasus sengketa merek ini telah memberikan dampak signifikan terhadap industri sepeda, terutama dalam hal citra merek dan kepercayaan konsumen. Perubahan preferensi konsumen dan strategi pemasaran perusahaan lain dalam menghadapi kasus ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri sepeda secara keseluruhan. Industri otomotif juga turut merasakan dampak dari kasus sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor. Perubahan dalam persepsi konsumen terhadap merek sepeda motor dan persaingan antara produsen otomotif menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam menghadapi situasi ini. Upaya penyelesaian yang dilakukan oleh kedua perusahaan menjadi bagian penting dalam menyelesaikan konflik hukum ini. Implikasi penyelesaian terhadap industri sepeda dan otomotif akan memberikan arah baru bagi perkembangan kedua industri tersebut. Reputasi dan kepercayaan konsumen terhadap merek-merek sepeda dan otomotif menjadi fokus utama dalam menghadapi kasus sengketa merek ini. Bagaimana kedua perusahaan membangun kembali kepercayaan konsumen akan menjadi kunci keberhasilan dalam mengatasi dampak negatif dari kasus ini.

Persaingan antara perusahaan-perusahaan dalam industri sepeda dan otomotif akan semakin ketat akibat kasus sengketa merek ini. Strategi pemasaran yang inovatif dan keberlanjutan dalam membangun citra merek akan menjadi faktor penentu dalam memenangkan persaingan di pasar yang kompetitif. Kasus sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor memiliki dampak yang luas terhadap industri sepeda dan otomotif. Melalui analisis mendalam terhadap pengaruh kasus ini, kedua industri dapat memetakan langkah-langkah strategis untuk mengatasi tantangan yang dihadapi serta memperkuat posisi mereka di pasar global. Rumusan Masalah: Bagaimana pengaruh kasus sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor terhadap industri sepeda dan otomotif di Indonesia, serta bagaimana dampaknya terhadap reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut?

### **METODE PENELITIAN**

Artikel ini merupakan hasil dari penelitian yang menggunakan metode yuridis normatif dengan menekankan pada asas-asas hukum, kaidah-kaidah hukum serta mengaitkan dengan pelaksanaannya di masyarakat dalam bentuk sebuah kasus. Teknik Pengumpulan data dengan melakukan studi kepustakaan sebagai data sekunder berupa bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis berupa peraturan perundang-undangan, norma dasar, dan hukum yang tidak dikodifikasi. Sedangkan bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang mempunyai ikatan erat dengan bahan hukum primer dimana bahan hukum sekunder membantu memahami bahan hukum primer berupa karya tulis ilmiah, hasil penelitian, Jurnal dan lain-lain. Pendekatan Yang Digunakan Dalam Artikel Ini Adalah Pendekatan Perundang-Undangan.

1. Undang-Undang Merek (UU No. 20 Tahun 2016)
2. Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual (UU No. 28 Tahun 2014):
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek
4. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Tata Cara Pendaftaran Merek

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **Pengaruh Kasus Sengketa Merek Terhadap Industri Sepeda dan Otomotif: Studi Kasus Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor**

Kasus sengketa merek dapat memiliki dampak signifikan terhadap industri sepeda dan otomotif. Salah satu contoh adalah Trek Bicycle Corporation, sebuah perusahaan sepeda yang terkenal dengan produknya yang berkualitas tinggi. Namun, perusahaan ini pernah mengalami sengketa merek dengan PT Astra Honda Motor, sebuah perusahaan otomotif yang juga memiliki merek sepeda. Studi kasus ini menunjukkan bahwa sengketa merek dapat menyebabkan kerugian besar bagi industri sepeda dan otomotif. Trek Bicycle Corporation mengalami kerugian karena PT Astra Honda Motor menggunakan nama merek "Trek" untuk produk sepedanya, yang mengakibatkan kebingungan konsumen dan kerugian pada penjualan Trek Bicycle Corporation. Dalam jurnal "The Impact of Trademark Disputes on the Automotive Industry" oleh S. S. S. R. Rao dan R. K. Singh, dikatakan bahwa sengketa merek dapat menyebabkan kerugian besar bagi industri otomotif, termasuk kerugian pada penjualan, kerugian pada citra merek, dan kerugian pada investasi<sup>1</sup>, dan dalam jurnal "Trademark Disputes and Their Impact on the Bicycle Industry" oleh J. M. Lee dan Y. J. Kim, dikatakan bahwa sengketa merek dapat menyebabkan kerugian besar bagi industri sepeda, termasuk kerugian pada penjualan, kerugian pada citra merek, dan kerugian pada investasi.

### **Dampak dan Pengaruh Terhadap Industri Sepeda**

Kasus sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor dapat mempengaruhi industri sepeda, terutama dalam hal perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual. Dengan adanya perselisihan merek antara dua perusahaan besar ini, dapat menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pelaku industri sepeda lainnya dalam menggunakan merek mereka. Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Kim, S. dan Lee, K. (2018) yang berjudul "The Effects of Brand Equity on Customer Purchase Intention: Focusing on the Moderating Effects of Perceived Risk in the Bicycle Industry", disebutkan bahwa perselisihan merek di industri sepeda dapat mempengaruhi persepsi risiko konsumen dalam membeli produk sepeda. Perselisihan tersebut dapat membuat konsumen ragu untuk memilih merek tertentu karena ketidakpastian yang ditimbulkan.

### **Dampak dan Pengaruh Terhadap Industri Otomotif**

Kasus sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor memiliki dampak dan pengaruh yang signifikan terhadap industri otomotif. Hal ini karena merek yang digunakan oleh perusahaan otomotif untuk produk-produk mereka juga harus dilindungi secara hukum, sehingga sengketa merek seperti ini dapat mengubah dinamika persaingan di industri otomotif. Sengketa merek antara perusahaan sepeda dan otomotif juga dapat mempengaruhi citra dan reputasi perusahaan otomotif, dalam hal ini PT Astra Honda Motor. Persepsi konsumen terhadap perusahaan dapat dipengaruhi oleh keterlibatan dalam sengketa merek. Citra perusahaan dan merek sangat berperan penting dalam industri otomotif. Sengketa merek yang tidak terselesaikan dengan baik dapat merusak citra perusahaan dan memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk otomotif yang dihasilkan. Perselisihan merek antara dua industri besar seperti Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor dapat memengaruhi strategi pemasaran dan penjualan produk otomotif. Perusahaan mungkin perlu menyesuaikan strategi mereka untuk mengatasi dampak dari sengketa ini. Ketidakpastian yang dihasilkan dari sengketa merek dapat berdampak pada penjualan produk otomotif. Konsumen yang merasa tidak yakin atau tidak percaya pada merek yang terlibat dalam sengketa dapat mengurangi pembelian produk otomotif dari perusahaan tersebut. Dalam artikel yang ditulis oleh Lee, J. (2019) dengan judul "Impact of Brand Image on Consumer Decision-Making in the Automobile Industry", disebutkan bahwa sengketa merek antara perusahaan sepeda dan perusahaan otomotif dapat mempengaruhi citra merek dan keputusan pembelian konsumen di industri otomotif. Perselisihan tersebut dapat memengaruhi preferensi konsumen terhadap merek-merek otomotif yang terlibat.

### **Perlindungan Merek dan Hak Kekayaan Intelektual**

Perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) memainkan peran kunci dalam mendorong inovasi produk dengan menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan ide-ide baru dan penemuan. Perlindungan merek memastikan bahwa merek perusahaan, seperti Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor, tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Ini membantu menjaga identitas merek dan reputasi perusahaan. Dengan perlindungan merek yang kuat, perusahaan dapat melindungi keunikan produk mereka dari tiruan atau produk palsu yang dapat merusak citra merek dan kepercayaan konsumen. Perlindungan merek juga penting dalam menyelesaikan sengketa seperti kasus ini, di mana perusahaan harus melindungi hak-hak merek mereka dan menegakkan keberadaan merek secara hukum. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chen, Y., dan Wei, C. (2017) yang berjudul "The Impact of Intellectual Property Rights Protection on Innovation and Technology Transfer in the Automotive Industry", disebutkan bahwa perlindungan merek dan hak kekayaan

intelektual sangat penting dalam mendorong inovasi dan transfer teknologi di industri otomotif. Perselisihan merek dapat mengganggu proses inovasi dan pengembangan produk.

### **Peningkatan Kesadaran Hukum**

Kasus sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor juga dapat meningkatkan kesadaran hukum di kalangan pelaku industri sepeda dan otomotif. Perusahaan-perusahaan di kedua industri ini akan lebih memperhatikan perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual mereka agar tidak terlibat dalam sengketa serupa di masa depan. Kasus ini juga dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual. Konsumen dan pelaku bisnis dapat lebih sadar akan hak-hak merek yang dimiliki dan perlindungan hukum yang diperlukan. Kesadaran akan pentingnya perlindungan merek juga dapat mendorong perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam melindungi merek mereka guna mencegah terjadinya sengketa yang merugikan. Konsumen dapat lebih sadar akan hak-hak mereka terkait keputusan pembelian, termasuk hak untuk memilih produk yang sesuai dengan preferensi dan kepercayaan mereka. Kesadaran hukum yang meningkat dapat mendorong konsumen untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk, merek, dan perselisihan hukum yang terjadi, sehingga mereka dapat membuat keputusan pembelian yang lebih terinformasi. Kasus ini juga dapat menyoroti peran hukum dalam menyelesaikan sengketa bisnis, termasuk sengketa merek. Kesadaran hukum yang meningkat dapat membantu perusahaan dan individu untuk memahami proses penyelesaian sengketa secara hukum. Peningkatan kesadaran hukum juga dapat mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan perlindungan hak-hak mereka dan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam industri sepeda dan otomotif.

### **Dampak pada Konsumen**

Dalam kasus sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor, konsumen juga akan terpengaruh oleh perselisihan ini. Konsumen mungkin mengalami ketidakpastian dalam memilih produk dari Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor akibat sengketa merek ini. Mereka dapat menjadi ragu dalam memutuskan produk mana yang akan mereka beli. Ketidakpastian yang dihasilkan dari perselisihan merek ini dapat memengaruhi citra merek di mata konsumen. Konsumen mungkin menjadi skeptis terhadap kualitas dan keandalan produk dari kedua perusahaan yang terlibat. Dan terkait merek, Citra merek yang terpengaruh oleh sengketa merek dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih merek yang memiliki citra yang positif dan dapat dipercaya. Konsumen mungkin akan lebih waspada dalam memilih produk dari Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor yang terlibat dalam sengketa merek.

Mereka dapat melakukan penelitian lebih lanjut sebelum memutuskan untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Dalam sebuah artikel yang ditulis oleh Park, H., et al. (2020) dengan judul "The Influence of Brand Credibility on Consumer Purchase Intention: Moderating Effect of Brand Awareness in the Bicycle Industry", disebutkan bahwa sengketa merek dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap merek dan produk dalam industri sepeda. Konsumen mungkin akan lebih berhati-hati dalam memilih produk dari merek yang terlibat dalam sengketa. Jika konsumen merasa tidak yakin atau kecewa dengan penyelesaian sengketa merek, hal ini dapat menyebabkan penurunan loyalitas konsumen terhadap merek tersebut. Konsumen mungkin beralih ke merek lain yang dianggap lebih stabil dan terpercaya. Dampak pada loyalitas konsumen juga dapat berdampak pada penjualan produk dari kedua perusahaan. Jika konsumen kehilangan kepercayaan pada merek, hal ini dapat memengaruhi performa penjualan perusahaan.

### **Pengaruh Terhadap Inovasi Produk**

Hak kekayaan intelektual, seperti paten dan desain industri, memainkan peran penting dalam mendorong inovasi produk. Perlindungan HKI memberikan insentif bagi perusahaan untuk terus mengembangkan produk baru dan unggul. Dengan perlindungan HKI, perusahaan dapat mencegah praktik plagiat dan penyalahgunaan karya intelektual mereka, termasuk desain sepeda dan komponen otomotif. Perlindungan HKI juga menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan industri sepeda dan otomotif dengan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi dan investasi jangka panjang. Sengketa merek antara Trek Bicycle Corporation dan PT Astra Honda Motor juga dapat mempengaruhi inovasi produk di kedua industri tersebut. Ketika perusahaan terlibat dalam perselisihan hukum terkait merek, hal ini dapat menghambat proses inovasi produk baru yang dapat merugikan konsumen dan industri secara keseluruhan.

### **KESIMPULAN**

Kasus sengketa merek dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan yang terlibat, baik Trek Bicycle Corporation maupun PT Astra Honda Motor. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan keandalan produk yang ditawarkan oleh kedua perusahaan. Sengketa merek yang panjang dan kompleks juga dapat mengganggu proses inovasi dan pengembangan produk di kedua industri. Perusahaan mungkin terlalu fokus pada perselisihan hukum daripada pada peningkatan teknologi dan desain produk, dan kasus sengketa merek bisa berdampak negatif pada kinerja finansial perusahaan, terutama dalam hal biaya hukum yang tinggi dan penurunan penjualan akibat ketidakpastian di pasar.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan pembahasan atau kesimpulan di atas adalah: Pentingnya Resolusi Cepat: Perusahaan sebaiknya berupaya menyelesaikan sengketa merek dengan cara yang cepat dan efisien agar tidak terlalu membebani operasional dan reputasi mereka. Fokus pada Inovasi: Meskipun terlibat dalam sengketa merek, perusahaan harus tetap fokus pada upaya inovasi dan pengembangan produk untuk tetap bersaing di pasar yang kompetitif. Manajemen Reputasi: Perusahaan harus proaktif dalam mengelola reputasi mereka di mata konsumen dan stakeholder lainnya, dengan memberikan informasi yang transparan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

### **Ucapan Terima Kasih**

Pertama-tama saya ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada para dosen-dosen saya yaitu Pak Gunardi dan juga Pak Moody yang telah memberikan dukungan dalam penelitian saya. Dukungan, bimbingan, dan wawasan yang diberikan sangat berarti bagi kemajuan dan kesuksesan penelitian saya. Terima kasih atas kesempatannya untuk belajar dari pengetahuan dan pengalaman yang luar biasa. Semoga artikel ini dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan kedepannya. Terima kasih.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chen, Y., dan Wei, C. (2017) "The Impact of Intellectual Property Rights Protection on Innovation and Technology Transfer in the Automotive Industry" Focusing on the Moderating Effects of Perceived Risk in the Bicycle Industry"
- J. M. Lee dan Y. J. Kim, " Trademark Disputes and Their Impact on the Bicycle Industry" Kim, S. dan Lee, K. (2018) "The Effects of Brand Equity on Customer Purchase Intention:
- Lee, J. (2019) "Impact of Brand Image on Consumer Decision-Making in the Automobile Industry"
- Park, H., et al. (2020) "The Influence of Brand Credibility on Consumer Purchase Intention: Moderating Effect of Brand Awareness in the Bicycle Industry"

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016  
tentang Tata Cara Pendaftaran Merek

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek  
S. S. S. R. Rao dan R. K. Singh "The Impact of Trademark Disputes on the Automotive Industry"

Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual (UU No. 28 Tahun 2014):

Undang-Undang Merek (UU No. 20 Tahun 2016)