

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, D. (2018). Commentary: do brands compete or coexist? By Sheth and Koschmann. From brand to subcategory competition. *European Journal of Marketing*, 53(1): 25–27
- Abbas, F., & Sadat, A. (2020). Model Pelayanan Publik Terhadap Reformasi Birokrasi. *Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan*, 1(1), 16-25.
- Ahn, J., & Back, K. J. (2018). Antecedents and consequences of customer brand engagement in integrated resorts. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 144-152.
- Alfionita, C. M., Suharyono & Yulianto, E. (2016). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone Di Counter Handphone Matos)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 36 no. 1: 178-185.
- Ameliawaty, R., & Halilah, I. (2017). Pengaruh brand awareness terhadap consumer decision making. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(2), 63-73.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 158-169.
- Deodata, A. V. P., & Soamole, A. (2019). Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Fast Food Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Taman Mini. *Jurnal Administrasi Bisnis Asmi*, 3(2), 1-10.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Firdausy, C. M., & Idawati, R. (2017). Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 3(2), 42-49.
- Gambetti, R., Biraghi, S., Schultz, D. E., & Graffigna, G. (2016). Brand wars: consumer–brand engagement beyond client–agency fights. *Journal of Strategic Marketing*, 24(2), 90-103.
- Haeruddin, M. I. W. (2021). The Influence of Brand Equity on Consumer's Purchase Decision: A Quantitative study. *PINISI Discretion Review*, 4(2), 211-220.
- Hakkak, M., Vahdati, H., & Nejad, S. H. M. (2015). Study the role of customer-based brand equity in the brand personality effect on purchase intention. *International Journal of Asian Social Science*, 5(7), 369-381.
- Hariyadi, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Powder Drink Pada Jakarta Powder Supply (JPS) Cabang Banyuwangi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 235-238.

- Ismanto & Evi Susanti. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Toko Prima Fresh. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*. Volume 2 Nomor 1 November 2019.
- Kotler, P., & Kotler, M. (2016). *Marketing de ciudades*. Editorial Almuzara.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A study of factors affecting on customers purchase intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 2(1).
- Muliasari, H., Ananto, A. D., & Andayani, Y. (2019). Inovasi Dan Peningkatan Mutu Produk Jamu Pada Perajin Jamu Gendong di Kota Mataram. *Prosiding PEPADU*, 1, 72-77.
- Park, S., Tussyadiah, I. P., & Zhang, Y. (2016). Assessment of perceived risk in mobile travel booking. *In Information and Communication Technologies in tourism 2016 (pp. 467-480)*. Springer, Cham.
- Permatasari, E. N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Minimarket (Studi Kasus pada Pelanggan Minimarket Alfamart Tayu Wetan, Tayu, Pati, Jawa Tengah). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15, 371-379.
- Rahman, I., & Reynolds, D. (2019). The influence of values and attitudes on green consumer behavior: A conceptual model of green hotel patronage. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 20(1), 47-74.
- Ramayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Ramya, N., Kowsalya, A., & Dharanipriya, K. (2019). Service quality and its dimensions. *EPRA International Journal of Research & Development*, 4(2).
- Rangkuti, F. (2017). *Customer care excellence: meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelayanan prima plus analisis kasus jasa raharja*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sahanggamu, S., Mananeke, L., & Sepang, J. (2015). Analisis kualitas layanan, Servicescape dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Santoso, I. (2016). Peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. *The Asian Journal of Technology Management*, 15(1), 94.
- Saraswati, A. R., & Rahyuda, I. K. (2017). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Apple Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 6, no.6, p. 3252 - 3282

- Saravananaraj, M. G., & Pillai, S. (2017). An Analysis of the Green Product Attributes that Entice Green Purchasing-A Study Done in Bangalore City. *International Journal of Asian Social Science*, 7(3), 199-205.
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2015). The impact of brand communication on brand equity through Facebook. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475-481.
- Simanjuntak, C., Presley & Budiono. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji (Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall). *Jurnal STEI Ekonomi*. Vol 31, No. 01
- Fandy, Tjiptono. (2017) . *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tsiotsou, R. H., & Wirtz, J. (2015). *The three-stage model of service consumption*. In *Handbook of service business* (pp. 105-128). Edward Elgar Publishing.
- Walintukan, C., Tumbuan, W. J., & Tulung, J. E. (2018). The Effect of Product Quality, Sales Promotion and Social Influence on Customer Purchase Intention in Bellagio Shoes Store in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Winarjo, H. (2017). Pengaruh food quality dan atmosphere terhadap customer loyalty dengan customer satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Café Intro di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 6.