

Daftar Pustaka

- Sop, S. A., & Kozak, N. (2019). Effects of brand personality, self-congruity and functional congruity on hotel brand loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(8), 926-956.
- Mardikaningsih, R., Hadi, S., & Saputra, D. H. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1), 1-8.
- Meiliani, N., & Ferdinand, A. T. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, dan Persepsi Kualitas terhadap Citra Merek serta Dampaknya terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi pada Calon Konsumen Honda Beat Pop di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto). *Diponegoro Journal of Management*, 449-459.
- Prasetya, N., Santoso, A., & Wahyuni, S. (2019). PENGARUH CORPORATE IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PRODUK PADA MADANI SKINCARE KEDIRI. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(2), 249-264.
- Lutfi, A. M., & Sunardi, N. (2019). Pengaruh Current Ratio (Cr), Return On Equity (Roe), Dan Sales Growth Terhadap Harga Saham Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 2(3), 83-100.
- Candi, M., & Kahn, K. B. (2016). Functional, emotional, and social benefits of new B2B services. *Industrial Marketing Management*, 57, 177-184.

- Gultom, L. S., & Purba, F. (2019). PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SEPATU ALASPAT PEMATANGSIANTAR. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 1(1).
- Konuk, F. A. (2018). The role of store image, perceived quality, trust and perceived value in predicting consumers' purchase intentions towards organic private label food. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 304-310.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 53-62.
- Roony, C., Priambodo, D. D., & Hestiyani, M. (2020). Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap (Case Study Integrated home protection). *Indonesian Business Review*, 2(1), 125-138.
- Wardani, A. D., & Maskan, M. (2019). PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP HANDPHONE SAMSUNG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 145-148.
- Siburian, A. E. Y., Yulianeu, Y., Harini, C., & Wulan, H. S. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN VARIASI PRODUK (RESTORAN) TERHADAP ULANGPELANGGAN (Studi Kasus di A to Z BAR WINE & BRASSERIE Semarang). *Journal of Management*, 3(3).
- SUHARTONO, V. W. (2019). *PENGARUH STRES KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP TURNOVER INTENTION DAN KINERA KARYAWAN DI THREE LIGHTS CAFE & RESTO BANJARMASIN* (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra).

- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 53-62.
- Committe, A. C. A. (2017). Front page-AIC-ICMR 2017. *Proceedings of AICS-Social Sciences*, 7.
- Wang, Y. H., & Lee, C. C. (2016). Does Winning an Award Matter to Brand Trust and Purchase Intention? Evidence from Franklin Templeton Investments. *Journal of Business & Economic Policy*, 3(1).
- Pan, L. Y., & Chen, K. H. (2019). A Study on the Effect of Storytelling Marketing on Brand Image, Perceived Quality, and Purchase Intention in Ecotourism. *Ekoloji Dergisi*, (107).
- Iftikhar, A., Azam, F., Ashraf, S., & Tahir, H. M. (2017). Exploring the Relationship Between Religiosity, Brand Trust and Green Purchase Intention as a Catalyst of Attitude. *Int. J. of Multidisciplinary and Current research*, 5, 1485-1493.