

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1997. Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.
- Aaker, D. A., Kumar, V., dan Day, G. S. 2001. Marketing Research 7<sup>th</sup> edition. John Wiley and Son Inc. New York.
- Aghekyan-Simonian, M., Forsythe, S., Suk Kwon, W., dan Chattaraman, V. 2012. The role of product brand image and online store image on perceived risks and online purchase intentions for apparel. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 19(3): 325-331.
- Amanda, L., Yanuar, F., dan Devianto, D. 2019. Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*. 8(1): 179-188.
- Anandita, F. B. A., dan Saputra, S. D. 2015. Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan risiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial (social networking websites) (studi pada mahasiswa di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*. 15(2): 203-210.
- Andaleen, S. S. 2017. Strategic Marketing Management in Asia. In *Strategic Marketing Management in Asia*. Emerald Group Publishing Limited.
- Arifin, Z., dan Iqbal, M. 2020. Perlindungan hukum terhadap merek yang terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*. 5(1): 47-65
- Ashari, B. H., Wibawa, B. M., dan Persada, S. F. 2017. Analisis deskriptif dan tabulasi silang pada konsumen online shop di instagram (studi kasus 6 universitas di kota Surabaya). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*. 6(1): 17-21.
- Athallah, R. C., Qirana, A., Salsabilah, F., Febriyanti, H., dan Suhud, U. 2021. Studi empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi word-of-mouth pelanggan pada restoran ayam lokal. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan – JBMK*. 2(1): 55-70.
- Azwar, S. 2003. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2002. Klasifikasi Baku Jenis Pekerjaan Indonesia 2022. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2007. Adult Equivalent (Analisis Konsumsi Rumah Tangga). Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia per Provinsi, Maret 2021. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Blankson, C., Iyer, P., Owusu-Frimpong, N., Nwankwo, S., dan Hinson, R. 2020. Positioning strategies of foreign and indigenous firms in an African cultural milieu. *Journal of Business Research*. 119: 627–638.

- Brzaković, A., Brzaković, T., dan Brzaković, P. 2019. The determinants of brand positioning in higher education—what dominantly influences students' satisfaction. *Croatian Journal of Education*. 21(2): 407-436.
- Chandra, G. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Andi Offset. Yogyakarta.
- Che, Rusuli M. S., R. Tasmin, J. Takala, and H. Norazlin. 2013. Factor retention decisions in exploratory factor analysis results: a study type of knowledge management process at Malaysian University Libraries. *Asian Social Science*. 9 (15): 227-40.
- Chowdhury, P. P. 2013. Key strategies and issues of positioning : A review of past studies. *American Academic & Scholarly Research Journal*. 5(1): 55-66.
- Comrey, A. L. A. 1973. First Courses In Factor Analysis. Academic Press. New York.
- Cooper, D. R., dan Schindler, P. S. 2014. Business Research Methods. Business Research Methods 12<sup>th</sup>. The McGraw-Hill Companies, Inc. New York.
- Cooper, I. D., dan Johnson, T. P. 2016. How to use survey results. *Journal of the Medical Library Association : JMLA*. 104(2): 174-177.
- Dejawata, T. B., Kumanji, S., dan Abdillah, Y. 2014. Pengaruh diferensiasi dan loyalitas pelanggan (survei pada pelanggan “ cake in jar ” cafe bunchbead Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 17(2): 1-8.
- Del Río, A. B., Vázquez, R., dan Iglesias, V. 2001. The effects of brand associations on consumer response. *Journal of Consumer Marketing*, 18(5): 410-425.
- Dewnarain, S., Ramkissoon, H., dan Mavondo, F. 2019. Social customer relationship management: An integrated conceptual framework. *Journal of Hospitality Marketing and Management*. 28(2): 172-188.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. 2022. Merek. Tersedia di <https://dgip.go.id/menu-utama/merek/pengenalan>. Diakses tanggal 14 Juli 2022.
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI. 2021. Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2021. Tersedia di [http://ditjenpkh.pertanian.go.id/userfiles/file/Buku\\_Statistik\\_2021.pdf?time=1633686831406](http://ditjenpkh.pertanian.go.id/userfiles/file/Buku_Statistik_2021.pdf?time=1633686831406). Diakses tanggal 25 Februari 2022.
- Diwan, S. P., dan Bodla, B. S. 2011. Development of empirically based customer-derived positioning typology in the automobile industry. *Journal of Strategic Marketing*. 19(6): 531-550.
- Duraisamy, R., Krishnan, C. S., Ramasubramanian, H., Sampathkumar, J., Mariappan, S., dan Navarasampatti Sivaprakasam, A. 2019.

Compatibility of nonoriginal abutments with implants: evaluation of microgap at the implant-abutment interface, with original and nonoriginal abutments. *Implant Dentistry*. 28(3): 289-295.

Efendi, M. M., dan Purnomo, J. D. T. 2012. Analisis faktor konfirmatori untuk mengetahui kesadaran berlalu lintas pengendara sepeda motor di Surabaya Timur. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*. 1(1): 106-111.

Eryigit, C., dan Eryigit, M. 2014. Understanding the effectiveness of positioning bases with regard to customer perceptions. *Journal of Global Marketing*. 27(2): 85-93.

Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. UNDIP Press. Semarang.

Fitri, N. 2021. Effects of novelty seeking, destination image, and perceived value through satisfaction on revisit intention to MICE destinations. *Proceedings of the 2nd International Conference on Science, Technology, and Modern Society (ICSTMS 2020)*. 576: 48–51.

Fuchs, C. 2008. Brand positioning through the consumers' lens. *Disestasi*. Faculty of Economics, Universität Wien, Wien, Austria.

Fuchs, C., dan Diamantopoulos, A. 2010. Evaluating the effectiveness of brand-positioning strategies from a consumer perspective. *European Journal of Marketing*. 44(11): 1763-1786.

Fuchs, C., dan Diamantopoulos, A. 2012. Customer-perceived positioning effectiveness: Conceptualization, operationalization, and implications for new product managers. *Journal of Product Innovation Management*, 29(2): 229-244.

Grunert, K. G. 2005. Food quality and safety: consumer perception and demand. *European Review of Agricultural Economics*. 32(3): 369-391.

Gunawan, A. I. 2013. Pengaruh brand positioning terhadap loyalitas pelanggan surat kabar *Pikiran Rakyat* (survey terhadap pembaca surat kabar *Pikiran Rakyat* di Kota Bandung). *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 1(2): 136-141.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., dan Tatham, R. L. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Pearson University Press. New Jersey.

Han, H., Riantini, R. E., dan Tjhin, V. U. 2021. The influence of online shopping convenience and sales promotion on behavioral intention on official online pharmacy stores. *2021 3rd International Conference on Cybernetics and Intelligent System (ICORIS)*. 1–5.

Handayani, W. P. 2022. Sejarah Olive Fried Chicken Jogja, Andalannya Mahasiswa Bokek. Tersedia di <https://www.nibble.id/sejarah-olive-fried-chicken-jogja/>. Diakses tanggal 30 Maret 2022.

Harsanti, E. D., dan Oetomo, H. W. 2016. Pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu*

- Dan Riset Manajemen. 5(11): 1-22.
- Hartini, S., dan Hartati, L. 2017. Analisis preferensi masyarakat terhadap restoran cepat saji di kota bogor. JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi). 3(1): 16-28.
- Hecke, T. Van. 2012. Power study of anova versus Kruskal-Wallis test. Journal of Statistics and Management Systems. 15(2–3): 241–247.
- Hidayat, A., Adanti, A. P., Darmawan, A., dan Setyaning, A. N. A. 2019. Factors influencing indonesian customer satisfaction and customer loyalty in local fast-food restaurant. International Journal of Marketing Studies. 11(3): 131.
- Hikmat, M. M. 2011. Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Himmah, F. 2017. Pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen (C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember). Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember, Jember, Jawa Timur.
- Horng, W. B., Lee, C. P., dan Chen, C. W. 2001. Classification of age groups based on facial features. Tamkang Journal of Science and Engineering. 4(3): 183-192.
- Hu, F., dan Trivedi, R. H. 2020. Mapping hotel brand positioning and competitive landscapes by text-mining user-generated content. International Journal of Hospitality Management. 84: 102317.
- Hurlock, E. B. 2002. Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Erlangga. Surabaya.
- Islam, M. M. 2021. Segmenting, targeting and positioning in Islamic marketing. Journal of Islamic Marketing. 12(7): 1385-1404.
- Kapferer, J.-N. 2008. The New Strategic Brand Management 4<sup>th</sup>. Kogan Page Limited. London.
- Kartajaya, H. 2004. Positioning, Diferensiasi dan Brand. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Keller, K. L. 2003. Strategic Brand Management. Prentice-Hall. Englewood Cliffs.
- Kementerian Perindustrian. 2020. Analisis Perkembangan Industri Pengolahan Non Migas Indonesia 2020-Edisi IV. Kementerian Perindustrian. Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2006. Principles of Marketing. Pearson Education. Upper Saddle River.
- Kurniawati, E., Widowati, S. Y., dan Santoso, A. 2021. Sosialisasi pembuatan merek produk ukm di kelurahan Pedurungan Semarang. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 8(1): 8-12.
- Kusumo, H. J. 2022. Film Atik, Kisah Perjuangan Pemilik Rocket Chicken

dengan 1.030 Gerai. Tersedia di <https://www.solopos.com/film-atik-kisah-perjuangan-pemilik-rocket-chicken-dengan-1-030-gerai-1260486>. Diakses tanggal 30 Maret 2022.

Lakshmi, K. S., Mohamed Jasim, K., Prabhakar, K., dan Jahira Parveen, S. 2017. Brand positioning of ayurvedic medicine in Indian milieu. *International Journal of Business Excellence*. 11(1): 16-37.

Lavrakas, P. J. 2008. *Encyclopedia of Survey Research Methods*. Sage Publications, Inc. Thousand Oaks.

Mahajan, V., dan Wind, Y. 2002. Got emotional product positioning?. *Marketing Management*. 11(3): 36.

Mandasari, V., dan Tama, B. A. 2011. Analisis kepuasan konsumen terhadap restoran cepat saji melalui pendekatan data mining: studi kasus xyz. *Jurnal Generik*. 6(1): 25-28.

Marito, P. S., Radi, R. R. L., Deden, M., dan Rahmat, T. A. 2019. Building the brand identity through brand differentiation based value of culture and locally-global product principles (case on the city of art). *International Journal of Business and Administrative Studies*. 5(2): 63-73.

Mashudi, U. 2016. Pengaruh kesadaran merek, keragaman produk promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dan loyalitas konsumen kentucky fried chicken Jember. Skripsi. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember.

Milenović, Ž. 2011. Application of mann-whitney u test in research of professional training of primary school teachers. *Metodički Obzori*. 6(1): 73-79.

Monge-Rojas, R., Smith-Castro, V., Colón-Ramos, U., Aragón, M. C., dan Herrera-Raven, F. 2013. Psychosocial factors influencing the frequency of fast-food consumption among urban and rural Costa Rican adolescents. *Nutrition*. 29(7-8): 1007-1012.

Muljani, N., Arini, Suhartatik, A., Lindawati, T., dan Nagel, P. J. F. 2020. Pentingnya merek dan kemasan untuk meningkatkan daya saing produk dari usaha mikro dan kecil. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(2): 53-65.

Norman, G. 2010. Likert scales, levels of measurement and the "laws" of statistics. *Advances in Health Sciences Education*. 15(5): 625-632.

Nurlita, N., dan Mardiyati, N. L. 2017. Hubungan frekuensi konsumsi makanan cepat saji (fast food) dengan tempat tinggal pada mahasiswa fik dan ft universitas muhammadiyah. *Seminar Nasional Strategi Optimasi Tumbuh Kembang Anak*. 23-28. Tersedia di [https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/8680/Prosiding\\_Semnas-GIZI-2017\\_\\_3.pdf?sequence=1](https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/8680/Prosiding_Semnas-GIZI-2017__3.pdf?sequence=1). Diakses pada tanggal 2 Maret 2022.

- Oexle, N., Barnes, T. L., Blake, C. E., Bell, B. A., & Liese, A. D. 2015. Neighborhood fast food availability and fast food consumption. *Appetite*. 92: 227-232.
- Oey, E., Soputan, R., dan Nicholas, R. 2020. Integrating factor analysis and multi dimensional scaling for brand positioning of e-commerce platforms. 2020 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech). 248-253.
- Osak, R. A. F., Paneleween, V. V. J., Pandey, J., dan Lumenta, I. D. R. 2014. Pengaruh pendapatan rumah tangga terhadap konsumsi daging (sapi, babi dan ayam) di Desa Sea I kecamatan Pineleng. *Zootec Journal*. 34(2): 10-17.
- Ostertagová, E., Ostertag, O., dan Kováč, J. 2014. Methodology and application of the Kruskal-Wallis test. *Applied Mechanics and Materials*, 611: 115-120.
- Prashar, B., Dahir, S., dan Sharma, A. 2012. Study of brand recall of consumer durables among consumers in Punjab. *International Journal of Research in Commerce, IT and Management*. 2(7): 84-88.
- Putri, D. R., Syahlani, S. P., dan Wahyono, D. 2015. Factors that affecting the pharmacy loyalty on the pharmaceutical wholesaler. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*. 5(1): 40-47.
- Rachmat, R. A. H. 2019. Pajak, mekanisme bonus dan transfer pricing. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*. 7(1): 21-30.
- Rahayu, L. A., dan Arif, M. E. 2019. Formulasi strategi pemasaran susu sapi perah pada kelompok peternak Dusun Toyomerto Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 7(2): 1-16.
- Rahmadhani, Y., dan Lubis, E. E. 2017. Strategi branding portal online [www. tripriau.com](http://www.tripriau.com) dalam membangun brand awareness sebagai portal online pariwisata Provinsi Riau. *JOM FISIP*. 4(1): 1-15.
- Ramadhani, R., dan Bina, N. S. 2021. *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis Dan Aplikasi SPSS*. Prenada Media.
- Rejeki, D. S., D.H, A. F., dan Yulianto, E. 2015. Pengaruh green marketing pada keputusan pembelian dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pada Pelanggan Produk Ramah Lingkungan Kentucky Fried Chicken (KFC) Gerai Royal Plaza, Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 26(1): 1-7.
- Rusman, R. F. Y., dan Azhar, M. 2019. Kepercayaan dan komitmen dalam perspektif franchisee pada waralaba lokal ayam goreng di makassar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*. 16(2): 169-179.
- Rusman, R., dan Ikawati, K. 2017. The influence of relationship marketing among franchisee and franchisor in fried chicken local franchise. *International Journal Of Social Sciences and Development*. 1(2):163-169.



- Saqib, N. 2020. Positioning – a literature review. PSU Research Review.
- Sekaran, U. 2006. Metode Penelitian Untuk Bisnis. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Shahid, S., dan Zafar, S. 2019. Brand Positioning Strategies and their Effectiveness: A case of High Street Fashion Retail Brands in Pakistan. Paradigms. 13(2): 90-99.
- Sheeraz, M., Iqbal, N., dan Ahmed, N. 2012. Impact of brand credibility and consumer values on consumer purchase intentions in Pakistan. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2(8): 1-10.
- Sihombing, D. A., dan Ningsih, J. F. 2021. Analisis niat perilaku konsumen pada restoran cepat saji di kota batam pada masa pandemi covid-19. Jurnal Pemasaran Kompetitif. 5(1): 1-12.
- Simmons, F. R., Willis, C., dan Adams, A. M. 2012. Different components of working memory have different relationships with different mathematical skills. Journal of Experimental Child Psychology. 111(2): 139-155.
- Srivastava, R. K., dan Thomas, G. M. 2010. Managing brand performance: aligning positioning, execution and experience. Journal of Brand Management. 17(7): 465-471.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta. Bandung.
- Suryadi, D., Rahayu, S., Firmansyah, C., dan Kuswaryan, S. 2016. Preferensi konsumen terhadap daging domba di Jawa Barat. Sosiohumaniora. 18(1): 27-33.
- Susanto, A. B., dan Wijarnako, H. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Quantum Bisnis dan manajemen (PT Mizan Publika). Jakarta.
- Swait, J., dan Erdem, T. 2007. Brand effects on choice and choice set formation under uncertainty. Marketing Science. 26(5): 679-697.
- Tjiptono, F. 2001. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wardhaugh, R., dan Fuller, J. M. 2021. An Introduction to Sociolinguistics. John Wiley & Sons.
- Weijters, B., Cabooter, E., dan Schillewaert, N. 2010. The effect of rating scale format on response styles: the number of response categories and response category labels. International Journal of Research in Marketing. 27(3): 236-247.
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., dan Nagar, R. 2021. Analisis pengaruh keragaman produk, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang melalui brand image pada konsumen rocket chicken. Journal Competency of Business. 5(1): 10-27.

- Widiyanto, G., dan Sugandha. 2019. Analisis pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian produk makanan cepat saji. *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 17(1): 1-12.
- Wijaya, T., Nurhadi, N., dan Kuncoro, A. M. 2015. Intensi berwirausaha mahasiswa: Perspektif pengambilan risiko. *Jurnal Siasat Bisnis*. 19(2): 109-123.
- Wijayanthi, I. A. T., dan Rianasari, N. P. 2020. Keputusan konsumen memilih ayam goreng tepung siap saji: studi kasus pada waralaba produk lokal bali jaya fried chicken. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*. 3(2): 134-147.
- Williams, B., Onsman, A., dan Brown, T. 2010. Exploratory factor analysis: a five-step guide for novices. *Australasian Journal of Paramedicine*. 8(3): 1-13.
- Yilmaz, K., Altinkurt, Y., dan Cokluk, O. 2011. Developing the educational belief scale: the validity and reliability study. *Educational Sciences: Theory and Practice*. 11(1):343-50.
- Yuliana, L., Maslichah, dan Mawardi, M. C. 2021. Kinerja keuangan sebelum dan sesudah penerapan corporate social responsibility (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*. 10(1): 103-113.
- Yusup, F. 2018. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 7(1): 17-23.