

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis* (8 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Aditya, N. R. 2022. Kompas. Retrieved from Kompas: <https://travel.kompas.com/read/2019/10/12/100000327/mengenal-perbedaan-istilah-boba-bubble-tea-dan-pearl?page=all>
- Albayrak, T., Caber, M., Rodríguez, R., dan Aksu, A. 2018. *Analysis of destination competitiveness by IPA and IPCA methods: The case of Costa Brava, Spain against Antalya, Turkey*. Dalam *Journal of Tourism Management Perspectives* No. 28 Hal. 53–61.
- Amin, M., dan Juniati, D. 2017. *Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny*. Dalam *Jurnal Ilmiah Matematika* Vol. 2 No.6 Hal. 33.
- Anggraini, L., Deoranto, P., dan Ikasari, D. 2016. The Analysis of Consumer Perception Used *Importance Performance Analysis* Method and *Customer Satisfaction Index*. Dalam *Jurnal Industri* Vol. 04 No. 02 Hal. 77.
- Chrysochou, P. & Grunert, K. G., 2014. Health-related Ad Information and Health Motivation Effect on Product Evaluation. *Elsevier Journal of Business Research*, p. 1209–1217.
- Cohen, L., Manion, L., dan Morrison, K. 2007. *Research Methods in Education*. New York: Routledge.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Lie Joko Budiman. 2004. *Brand Equity* Ten. Jakarta: Gramedia
- Gay, L.R. dan Diehl, P.L. 1992, *Research Methods for Business and Management*, MacMillan Publishing Company, New York
- Griffin, J. 2005. *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Dialihbahasakan Oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hartini, Sri. 2012. Perilaku Pembelian Smartphone: Analisis *Brand Equity* dan *Brand Attachment*. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 3(1), pp: 75-86.

- Herlina, Vivi. 2016. Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS. Jakarta: Elex Media Computindo
- Hurriyati, Ratih. 2005. Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen. Cetakan Pertama. Bandung: CV. Alfabeta.
- Iriani, Nur I. 2011. Pengaruh Dimensi *Brand Equity* (Ekuitas Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(2), pp: 481-490.
- Jogiyanto. 2008. Pedoman Survei Kuesioner. Yogyakarta: Penerbit Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UGM
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2007. Manajemen Pemasaran jilid 1 edisi 12, Edisi Terjemahan. Jakarta: PT Mancanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lee, G. et.all. 2011. Customer-Based *Brand Equity*: A Literature Review. Dalam *Journal of Arts Science & Commerce*. Vol.11, No1-1
- Lemeshow, S., Hosmer, D., dan Klar, J., 1990. Adequacy of Sample Size in Health Studies. John Wiley & Sons. England.
- Lin, Yun-Tsan., Shui-Chuan Chen and Chuan-Sheng Hung. 2011. The Impacts of *Brand Equity*, *Brand Attachment*, Product Involvement and Repurchase Intention on Bicycle Users. *African Journal of Business Management*, 5(14): 5910-5919.
- Mahmud. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Pustaka Setia.
- Mehta, A., dan Madhani, P. 2008. Intangible Assets A.n Introduction. India: The Icfai University Press.
- Nugraha, R., Harsono, A., & Adianto, H. 2014. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis \* (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*.
- Pambudi, J. dan Ong, J. 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan *Importance Performance Analysis* Di Sbu Laboratory Cibitung Pt Sucofindo (Persero). Dalam *Jurnal Teknik Industri Undip* Vol. 9 No.1 Hal. 5.
- Pane, O.B.M.S dan Rini, Endang S. 2011. Pengaruh *Brand Equity* Flasdisk Merek Kingston Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa AMIK MBP Medan. *Jurnal Ekonom*, 14(3): 115-126.

- Ramos, A. F. V. & Franco, M. J. S., 2005. The Impact of Marketing Communication and Price Promotion on *Brand Equity*. *Brand Management*, 12(6), p. 431–444. Sigit, S., 2003. Metodologi Penelitian: Sosial-Bisnis-Manajemen. Yogyakarta: BPFE UST.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. Konsep dan Strategi Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV
- Susanto, A.B dan Wijanarko, H. 2004. *Power branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Quantum.
- Taylor, S.A., Celuch, K. dan Goodwin, S. 2004, “The *importance of brand equity to customer loyalty*”, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 13 No. 4. 217-227.
- Yoo, B., Donthu, N. & Lee, S., 2000. An Examination of Selected Marketing Mix Elements and *Brand Equity*. *Journal of The Academy of Marketing Science*, Volume 28, p. 195.
- Saladin, Djaslim. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Kotler, Philip, A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Lemeshow, S., Hosmer, D., dan Klar, J., 1990. *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons. England.