

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Salemba

Sugiono. (2012). *metedologi Penelitian Data* . Bandung: Alfabet A.

### Jurnal

Boronczyk, F & Breuer, C. 2019. The company you keep: Brand image transfer in concurrent event sponsorship. *Journal of Business Research*. hh. 1-9.

Kato, T & Tsuda, K. 2018. A Management Method of the Corporate Brand Image Based on Customers' Perception. *Procedia Computer Science*. Vol. 126. hh. 1368-1377.

Bastian, D, A. 2014. Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1, hh. 1-9.

Pujadi, B. 2010. Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek. *Tesis*.

Rahma, E, S. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Tesis*.

Rokhman, M, R. 2010. Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Brand Image : Studi Empiris pada Merek Bodrex. *Majalah Farmasi Indonesia*. Vol. 21, No. 1, hh. 59-67.

- Afriyanti, S & Rasmikayati, E. Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor. hh. 100-126.
- Soei, C, N, Sabijono, H & Runtu, T. 2014. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Pada Ud. Sinar Sakti. *Jurnal EMBA*. Vol. 2, No. 3, hh. 208-217.
- Alfian, B. 2012. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Polman. Skripsi. hh. 1-97.
- Kim, S, Choe, J, Y & Petrick, J, F.2018. The effect of celebrity on brand awareness, perceived quality, brand image, brand loyalty, and destination attachment to a literary festival. *Journal of Destination Marketing & Management* 9. hh. 320-329.
- Keller, K, 1993. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*. Vol. 57, No. 1, pp. 1-22

### **Website**

[www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id), diakses pada tanggal 15 Mei 2019. [http://www.depkop.go.id/uploads/tx\\_rtgfiles/22.Paparan Rakornas Yogyakarta 2018 - DIY.pdf](http://www.depkop.go.id/uploads/tx_rtgfiles/22.Paparan_Rakornas_Yogyakarta_2018_-_DIY.pdf)

[www.bernas.id](https://www.bernas.id), diakses pada tanggal 15 Mei 2019. <https://www.bernas.id/63451-bisnis-warung-kopi-di-yogyakarta-cukup-menjanjikan.html>