

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2017). *Brand Equity : Memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Mitra Utama.
- Ahdiany, D. F. (2021). Pengaruh E-WOM dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai variabel Mediasi. *Ncaf, Voume 3* (2003), 31–41. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art3>
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Johny A F Kalangi, J. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31. <http://www.topbrand-award.com>
- Amstrong, philip kotller & G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Bahari, W. (2017). Kota Tegal Mendapat Julukan Baru Sebagai Kota Kuliner.
- From Warta Bahari : Media Informasi Dan Aspirasi Masyarakat:
- Chinomoma, R. (2013). The impact of product quality on perceived value, trust and students' intention to purchase electronic gadgets. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(14). <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n14p463>
- Dejawata, T. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan âCake in Jarâ Cafe Bunchbead Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 17(2).
- Durianto, Darmadi, & Liana, C. (2004). Analisis Efektivitas iklan Television Sodontener Soft & Fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decisions model. *Ekonomi Perusahaan*, 11.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertai ilmu manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (planning&strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Goh, T. S., & Margery, E. (2019). Pengaruh Differensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Parewa Aero Catering Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(1).
- Kanuk, L. S. & L. (2012). *Customer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Kartika, D., Sari, Y. P., Hetika, H., Amaliyah, F., & Yusuf, A. (2022). Peningkatan Ketrampilan Olah Data Kuesioner Menggunakan Spss Versi 22 Bagi Mahasiswa Di Tegal. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 2209-2212.
- Keller, P. K. & K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. erlangga.
- Kumesan, B. Y., Wenas, R. S., & Poluan, J. G. (2021). Terhadap Niat Beli Konsumen Di Restoran Cepat Saji Richeese Factory Bahu Mall Manado Analysis of the Effect of Product Differentiation, Price Perception and Promotion on Consumer Purchase Intentions At Fast Food Restaurant of Richeese Factory Bahu Mall Ma. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1187–1197.
- Krisdiyawati, K., Kartika, D., & Maulida, A. (2022). Implementation of E-Commerce During Pandemic and Its Influence in Increasing Revenue of Small Medium Enterprises in Tegal City. In *Tegal International Conference on Applied Social Science & Humanities (TICASSH 2022)* (pp. 467-474). Atlantis Press.
- Marpaung, N. N. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Ando (Studi Kasus Di Kota Bekasi 2020). *Parameter*, 5(2), 27–40. <https://doi.org/10.37751/parameter.v5i2.147>
- Megayani, & Marlina, E. (2019). The Effect of Celebrity Endorsements on Purchase Intentions Through Brand Image as an Intervening Variable (Case Study on Geprek Ayam Benu in Rawamangun Period 2018). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 175–193. <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JAM/article/view/277>
- Mulyanto, J. J. (2020). Pengaruh Brand awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pokpiah Surabaya Di Wilayah Surabaya Barat. *Performa*, 4(1), 180–187. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i1.1515>
- Rahmi, P. S. dan N. (2013). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Sepeda Fixie Di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1), 59–71.
- Ramdini, D. S., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Banana Pop Kota Bima). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(1), 150. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i1.163>

- Ruslan, D. ahma. A. T. & D. D. (2019). *Ekonomi Industri*. Prenada Media Group.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Schiffman, Leon dan Kanuk, eslie L. (2010). *Consumer Behavior (10th ed.)*. person education.
- Schiffman, L. G., & Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Indeks. Setiadi,
- N. J. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. PT. Kharisma Putra Utama.
- Soehadi, A. W. (2005). *effective branding*. PT. Mizan Pustaka.
- Sugiyono, M. P. P. (2019). *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (cetakan ke-23)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. ANDI OFFSET.
- Sunjaya, F., & Eridansyah, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Dunkin' Donuts Indonesia. *Prologia*, 3(1), 99. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6219>
- Tjiptono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Prenada Media Group