

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa F. (2022). *Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi Kasus Fakultas Psikologi Universitas Medan Area)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Anselmsson, J. et al., (2014), *Brand image and Customers' Willingness to Pay a Price Premium for Food Brands*. *Journal of Product & Brand Management*, 23(2), pp. 90-102.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur penelitian tindakan kelas. *Bumi aksara*, 136(2), 2-3.
- Aristyani dan Yasa, NNK (2013). Perbandingan Ekuitas Merek Produk Sampo Merek Sunsilk dengan Merek Pantene. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15 (2), 179-190.
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2017). Konsep pemasaran agribisnis: pendekatan ekonomi dan manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 5(2).
- Assauri, S. (2018). Manajemen bisnis pemasaran.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2023). Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat 2020-2022. Padang: Badan Pusat Statistik.
- Batla Jerry, S., & Alfons, M. (2019). *Analysis Of The Effect Of Public Relation And Sales Promotion On Decision Making Processes For Buying Water Refills In Merauke*. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*. 10 (03).
- Chen, SC (2012). Hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas dalam lingkungan layanan elektronik interaktif: Mediator. *Jurnal ritel dan layanan konsumen*, 19 (2), 202-210.
- Chin, W.W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Dalam G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (hal. 295-336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, L dan Latan, L. (2018). *Partial least square SEM (PLS-SEM)*. *Partial Least Square*.
- Hair Jr, JF, Sarstedt, M., Hopkins, L., dan Kuppelwieser, VG (2017). Pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial (PLS-SEM): Alat baru dalam penelitian bisnis. *Tinjauan bisnis Eropa*, 26 (2), 106-121.

- Hasan, R. S. N. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Telepon Selular Merek Mito (Studi Kasus pada Konsumen CV. Pasadena Cellular Tanjung Karang, Bandar Lampung).
- Hayati, N. (2010). Analisis Konsumsi Makanan Cepat Saji di Kalangan Remaja. *Jurnal Gizi Indonesia*, 3(2), 45-50.
- Huang, R. (2014). Penilaian ukuran ekuitas merek. *Jurnal Riset Pasar Internasional*, 56 (6), 783-806.
- Kotler, P. (2012). *Memikirkan kembali pemasaran: Usaha pemasaran berkelanjutan di Asia*. FT Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Strategi Pemasaran. *Preshallindo, Jakarta*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Prentice Hall.
- Lemeshow, S. H. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. jogjakarta: UGM Press.
- Maharani, A. D., & Darmastuti, I. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank mega semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Netasari. (2022). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty terhadap Purchase Intention Produk Skincare*.
- Nitisusastro, M. (2013). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil*.
- Nurlela, J. (2015). Hubungan antara status gizi dengan kebiasaan mengkonsumsi fast food dan soft drink. Skripsi. *Bandar Lampung. Universitas Lampung*.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, F. (2004). *Kekuatan merek*. Gramedia pustaka utama.
- Razak, M. (1997). Karakteristik Ayam Broiler. *Jurnal Ilmu Peternakan*, 5(2), 123-130.
- Resty. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Porto's *Chicken Nugget Crispy* Di PT Porto Food Indonesia.
- Risal M, Aqsa M, Sudirman HA. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Litnus.

- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). *The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java*. *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1-18.
- Schiffman dan Kanuk, S. (2000). *Perilaku konsumen. Zoelkifli Kasip (terjemahan) Customer Behaviour. Edisi Tujuh. Jakarta: PT, Mancana Jaya Cemerlang.*
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan-keahlian*, edisi 6 buku 1.
- Sembiring, J. P. (2016). *Strategi komunikasi pemasaran objek wisata Gundaling dan pemandian Air Panas Semangat Gunung*. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 2(1).
- Setiadi, N. J. (2003). *Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. *Jakarta: Prenada Media.*
- Sihaloho, N.M. (2012). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Pemilihan Makanan Siap Saji Modern (Fast Food) Pada Pelajar di SMA Swasta Cahya Medan Tahun 2012*. Universitas Sumatera Utara.
- Sitorus, A.S, dkk. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung:Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sugianto, B., & Rahmat, A. (2019). *Penggunaan Rumus Lemeshow untuk Penentuan Sampel dalam Penelitian*. *Jurnal Statistika*, 12(1), 45-50.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono, S. (2019). *Statistika untuk penelitian*.
- Sumarwan, U., Puspitawati, H., Hariadi, A., Mukti Ali, M., Gazali, M., Hartono, S., & Farina, T. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. *Yogyakarta: Caps*, 110.
- Suryanto, H., & Rusman, M. (2008). *Proses Produksi Fried Chicken dengan Teknik Penggorengan Deep Frying*. *Jurnal Teknologi Pangan*, 10(3), 78-85.

- Tjiptono, F., Arli, D. (2016). *Gender and digital privacy: Examining determinants of attitude toward digital piracy among youths in an emerging market. International Journal of Consumer Studies*, 40(2), 168-178.
- Vinzi, V. E., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Squares Concepts, Methods and Applications*. Springer.
- Wang, X., Bendle, N. T., Mai, F., & Cotte, J. (2015). The journal of consumer research at 40: a historical analysis. *Journal of Consumer Research*, 42(1), 5-18.
- Yamin, S. (2021). *Smartpls 3, amos & stata: Olah data statistik (mudah & praktis)* (Vol. 1). Dewangga Energi Internasional Publishing.

