

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.

Dr. Beni Ahmad Saebani, M. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia.

Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kennedy, E & R, J., & Soemanagara, D. (2006). *Marketing Communication*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Kotler, P., Kartajaya , H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wijayanti Daniar, R., Noviansyah, Rizal., & Bahtair, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi 3). Widya Gama Press.

B. Skripsi

Adelawati, Kitty. (2020). *Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).

Hardiyanto, Dwi. (2013). *Preferensi Konsumen Terhadap Produk Selai Buah Nipah Menggunakan Analisis Konjoin*. (Skripsi Sarjana, Universitas Brawijaya).

Parahamita, L. (2018). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Persepsi Nilai dan*

Niat untuk Berkunjung Kembali. (Skripsi Sarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).

Umama, Nanda Nuril. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Kosmetik Wardah. (Skripsi Sarjana, Universitas Jember).

C. Jurnal

Alamanda. Turipanam, D., Abdullah, R., & Prasetyo, P, A. (2020). Preferensi Wisatawan Nusantara Terhadap Komponen Wisata Papandayan Menggunakan Analisis Konjoin. *Jurnal Manajemen Dan Kebijakan Publik*, 5(1), 27–44.

Amanah, Dita. (2018). Pengaruh Promosi Dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 89–99.

Ferdinan, C & Nugraheni, R. (2013). Promosi dan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda (Studi Pada Pembeli/Pengguna Sepeda Motor Suzuki Di Kota Solo). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 12-23.

Khumaedi, M. (2012). Reliabilitas Instrumen Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin Unnes*, 25–50. <<http://jurnal.fkip.uns.ac.id>>

Nadhiroh, Umi, & Astuti, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 401. <<https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.401-412.2022>>

Palma, Arnindita, M., & Andjarwati, A, L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk,

- Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko Online Di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 84. <<https://doi.org/10.17970/jrem.16.60106.id>>
- Puspitaningrum, Suciati, & Setiawati, I. (2021). Analisis 7 Atribut E-Commerce Berbasis Website Sebagai Dasar Preferensi Konsumen Di Kota Bandung Dengan Pendekatan Analisis Konjoin. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 151–67.
- Rahayu, Sri, & Harsono, M. (2018). Kepercayaan Merek Dan Brand Affect Sebagai Antecedent Dari Loyalitas Merek. *Media Ekonomi*, 18(1), 9-12. <<https://doi.org/10.30595/medek.v18i1.2409>>
- Tetanoe, Ronald, & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12.
- Sugiono. (2016). ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website, Dan Citra Instansi Terhadap Kepuasan Pelanggan’, 1–54.
- White, Eric. (2015). ‘In the American Grain’, *The Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines*, 2(2), 249–70 <<https://doi.org/10.1093/acprof:osobl/9780199545810.003.0014>>
- Wulandari, Astri., Wahyuni, Dessy Putri., & Nastain, M. (2021). Minat Beli Konsumen: Survei Terhadap Konsumen Shopee Di Yogyakarta. *Journal of Media and Communication Science*, 4(3), 123–34

Widiyanti, S. (2015). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada Ud. Surya Phone Di Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(3), 574–86.

Yasmin., Ruqaya, Talasi, Prastiwi, W., & Handayani, M. (2017). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang. *Agrisociconomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 85. <<https://doi.org/10.14710/agrisociconomics.v1i1.1643>>