

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiidjaja, J dan Tarigan, H. 2017. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. Universitas Kristen Petra. 5 (3). 1-9. Diakses tanggal 09-01-2023
- Ali, D. 2017. *Marketing Public Relations* Diantara Penjualan dan Pencitraan. Sleman: Deepublish
- Alimin,E. et. al. 2022. Manajemen Pemasaran. Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi
- Amanda. 2020. Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. Universitas Muhammadiyah Tangerang. 1 (1). 126-133. Diakses tanggal 28-11-2022
- Angger Aditama, Roni. 2020. Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi. Malang : AE Publishing
- Ansari, Dedy. 2018. Kounikasi Matematis : Strategi Berfikir dan Manajemen. Banda Aceh : PeNa
- Anwar, M. 2019. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: Kencana
- Ariprayugo, G. 2016. Analisis Pengaruh Advertising dan Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Budianto, Apri. 2020. Manajemen pemasaran. Yogyakarta : Cetakan Kedua. Penerbit Ombak
- Burda, Agustian. Et. al. 2020. Analisis Pola Kedatangan Dan Pelayanan Pada Suatu Sistem Dengan Probabilitas Distribusi Dan Eksponensial Pada Teller Di PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kalimalang Duren Sawit Jakarta Timur. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

- Compas. 2021. Sepuluh Restoran Cepat Saji Terkenal di Indonesia, Harga Menu Mulai Rp 8.000. Tersedia di <https://amp.kompas.com/food/read/2021/10/20/170400475/10-restoran-cepat-saji-terkenal-di-indonesia-harga-menu-mulai-rp-8000>
- Databoks.katadata. 2022. Restoran Cepat Saji Paling Populer di Indonesia pada 2022, Siapa Teratas?. Tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/restoran-cepat-saji-paling-populer-di-indonesia-pada-2022-siapa-teratas>
- Gil, R. B. et. al. 2013. *Family as a source of consumer-based Brand Equity*. 16 (3). 188-199
- Hanum, Z dan Hidayat, S. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. Program Studi Administrasi Bisnis Poloteknik LP31 Medan. 6 (1). 37-43. Diakses tanggal 29-11-2022
- Haryanto, Rudi. 2020. Manajemen Pemasaran Bank Syariah. Pamekasan: Duta Media Publishing
- Hidayat, T. 2015. Pengaruh Marketing Public Relation Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Bandung. STIEPAR YAPARI-AKTRIPA Bandung. 9 (2). 102-115. Diakses tanggal 28-12-2022
- Indra P, Made dan Cahyaningrum, Ika. 2019. Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian. Sleman: Penerbit Deepublish
- Julyanthry. Et. al. 2020. Manajemen Produksi dan Operasi. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Khasanah, Imroatul. 2013. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. 4 (1). 93-102. Diakses tanggal 29-11-2022

- Kholidah, Nur dan Arifiyanto, Muhammad. 2020. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berbasis Halal. Pekalongan: Penerbit NEM
- Kusmawati, Y. et. al. 2018. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Cepat Saji Kentucky Fried Chicken Jakarta Utara. Prodi S1 Manajemen STIE Pariwisata Internasional. 3 (2). 1-12. Diakses tanggal 29-11-2022
- Lemeshow, Stanley. et. al. 1997. Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Gajahmada University Press
- Mahrani. 2020. Marketing Public Relations Dalam Membangun Ekuitas Merek Sepeda otor KTM Berbasis Pelanggan. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi. 3 (1). 75-84. Diakses tanggal 29-11-2022
- Nugraha, Agung. 2014. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan. Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Nurul Kharitsah, E. 2013. Analisis Pengaruh Strategi *Marketing Public Relation* dan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Phonska Bersubsidi PT. Petrokimia Gresik. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Pinassang, Andre, W dan Rahardjo, susilo, T. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. 6 (4). 1-12. Diakses tanggal 16-12-2022
- Prihandini, F dan Hadi, A. 2021. Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pelanggan. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi Jakarta. 1 (1). 57-70. Diakses tanggal 11-12-2022

- Ramdhan, Muhammad. 2021. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara
- Revida, Erika. Et. al. 2021. *Manajemen Perkantoran*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Rizeki. 2021. Mengenal Jenis-Jenis Pemasaran Beserta Contohnya. Tersedia di <https://majoo.id/solusi/detail/pemasaran>
- Rudolf Sabar, David. et. al. 2020. Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT Hasjrad Abadi Manado Tendea. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*. 8 (10). 185-193. Diakses tanggal 29-11-2022
- Ruyatnasih, Yaya dan Megawati, Liya. 2018. *Pengantar Manajemen Teori, Fungsi dan Kasus*. Yogyakarta : Cetakan Kedua. CV. Absolute Media
- Sahir, S. et. al. 2022. *Dasar-Dasar Public Relations*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Sari, Devi, N. et. al. 2018. Pengaruh Public Relation Dan Strategi Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda*. 10 (1). 14-23. Diakses tanggal 16-12-2022
- Setiawan Wilson dan Sugiharto Sugiono. 2014. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya. *Program Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*. 2 (1). 2. Diakses tanggal 14-12-2022
- Shinta, A. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Suprihanto, John. 2018. *Manajemen*. Yogyakarta : UGM Press
- Suriadi. et. al. 2021. *Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indramayu: CV. Adanu Abimata
- Thomson, P, S dan Ginting L. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Sumatera Utara 1 (1). Diakses tanggal 31-12-2022
- Warsito, Chandra. Et. al. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi
- Widhiarta, G. dan Wardana, M. 2015. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Denpasar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali. 4 (4). 832-848. Diakses tanggal 14-12-2022
- Wijaya, C, R. et. al. 2012. *Pengaruh Program Marketing Public Relations Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Pangandaran*. *Manajemen Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI*. 2 (2). Diakses tanggal 16-12-2022
- Wiradharma, Gunawan. et. al. 2020. *Kegiatan Marketing Public Relations Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Apartemen Pada Generasi Milenial*. Universitas Terbuka dan Universitas Pakuan. 4 (2). 70-77. Diakses tanggal 29-11-2022
- Zaid. 2021. *Ekuitas Merek dan Advokasi pelanggan*. Lamongan: Academia Publication