DAFTAR PUSTAKA

Algustin, W., dan Matoati, R. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina pada Generasi Z. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 27(1).

Aquinia, A., dan Soliha, E. (2019). The Effect of Brand Equity Dimensions on Repurchase Intention. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(2).

Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3).

Dwinanda, S., dan Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada Generasi Y. *Jurnal SEMARAK*, Vol. 4, No. 2.

Evandio, A. (2019). Bisnis Burger Selebgram Anya Geraldine. Di akses pada 30 Juni 2021, di *https://traveling.bisnis.com/read/20191124/223/1173766/bisnis-burgerselebgram-anya-geraldine*

Gomez, M. C. O., dan Perez, W. G. (2019). Brand Equity as A Determinant of Product Purchase and Repurchase Intention. *Revista Espocios*, Vol. 4, No. 35.

Gomez, M. C. O., dan Perez, W. G. (2018). Effects of Brand Love and Brand Equity on Repurchase Intentions of Young Consumers. *International Review of Management and Marketing*, 8(4).

Harwani, Y. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan Product Quality, Price Perception and Advertising). *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(3).

Hikmawati, F. (2017). Metodelogi Penelitian. Depok: Rajawali Pers.

Huda, K. N., dan Suryoko, S. (2017). Pengaruh Brand Equity Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Preference Pada Starbucks Coffee di Kota Semarang. Universitas Diponegoro.

Hutama, C. L. (2014). Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2(1).

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi* (cetakan 1). Indonesia: Refika Aditama.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15th Edition. Pearson Education, Inc.

Lee, W. (2017). Effects Among Product Attributes,Involvement,Word-Of-Mouth,And Purchase Intention In Online Shopping. Journal of management, 22(4).

Lumbong, R., Tinangon, R. M., Rotinsulu, M. D., dan Kalele, J. A. D. (2017). Sifat Organoleptik Burger Ayam Dengan Metode Memasak Yang Berbeda. *Jurnal Zootek*, 37(2).

Mulyani, I. (2017). Analisis Pengaruh Brand Equity dan Brand Image terhadap Purchase Intention Sepeda Motor Merek Honda di Kota Payakumbuh. Universitas Andalas.

Pitaloka, I. W., dan Gumanti, T. A (2019). The Effects of Brand Equity on Repurchase Intention: The Role of Brand Relationship Quality in Muslim Wear Brand Surabaya-Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology*, 8(1).

Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Jakarta: Andi.

Putra, A. (2018). Pengaruh Brand Equity dan Religiusitas terhadap Purchase Intention Pada Perusahaan Retail Berbasis Islam. Universitas Islam Indonesia.

Purnomo, A, R. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS.* Yogyakarta: Fadilatama.

Ratri, H. A. M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Skyroom Café dan Resto Malang. Universitas Negeri Malang.

Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.

Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (Edisi 6). Jakarta: Salemba Empat.

Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Silvianus, D. (2017). Lawless Burgerbar, Burger Metal dari Kemang Selatan. Di akses pada 30 Juni 2021, di *https://pophariini.com/lawless-burgerbar-burger-metal-dari-kemang-selatan/*

Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS*. Dalam Metode Penelitian Kuantitatif SPSS. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Banten: Andi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suud, K. (2019). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Resonasi Merek Terhadap Minat Pembelian Kembali Pada Industri Kreatif dan Gaya Hidup di Indonesia. Universitas Islam Indonesia.

Verdilla, V., dan Albari. (2018). Dampak Dimensi Ekuitas Merek Dalam Membentuk Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2).

Wahyuddin, R., Tanamal, J., dan Nainggolan, E. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Merek Converse All Star. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 5(1).

Widiyasti, B. D., Santoso, B., dan Rusdan. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen AXA Mandiri Mapan Sejahtera di Kota Mataram. *Jurnal Magister Manajemen*, 3(5).