

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A., & Equity, M. B. (1991). Capitalizing on the Value of a Brand Name. *New York*, 28, 35-37.
- Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California management review*, 38(3).
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of marketing research*, 347-356.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Andriyanto, R. D., & Haryanto, J. O. (2010). Analisis pengaruh internet marketing terhadap pembentukan word of mouth and brand awareness untuk memunculkan intention to buy. *Journal of Technology Management*, 9(1).
- Andy, Sernovitz. 2009. Word of Mouth Marketing:How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition). New York : Kaplan Publishing.
- Bank Indonesia, 2017. Kajian Ekonomi dan Keuangan Regiona Provinsi Bali.
- Durianto, D. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Burns, A. C., Bush, R. F., & Sinha, N. (2014). Marketing research (Vol. 7). Harlow: Pearson.
- Durianto, D. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Edelman, D. C. (2010). Branding in the digital age. *Harvard business review*, 88(12), 62-69.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of sustainable tourism*, 16(2), 150-167.
- Febiana, D. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Yang Melakukan Pembelian Pada Biker's Resto Dan Cafe Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1).

- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hair, J. F. (2010). Black, WC, Babin, BJ, & Anderson, RE (2010). *Multivariate data analysis*, 7.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P.A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updted guidelines. *Industrial management & data system* 116, no. 1 (2016): 2-20
- Huete-Alcocer, N. (2017). A Literature Review of Word of Mouth and Electronic Word of Mouth: Implications for Consumer Behavior. *Frontiers in psychology*, 8, 1256.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Modul Ajar.
- Indonesia, D. P. R. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Jakarta.
- Karliček, M., Tomek, I., & Křížek, M. (2010). Word-of-Mouth Marketing: An Integrated Model. *Ekonomika a management*, 15(3).
- Kadir Madi, K. (2001). *Analisis pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap minat beli dan kinerja pemasaran produk power tools merek-" bosch" di kota semarang* (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Lismanizar, S. U. (2018). *PENGARUH KEAMANAN PANGAN, KESADARAN*

KESEHATAN, NILAI YANG DIRASAKAN DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI MAKANAN CEPAT SAJI PADA KONSUMEN KFC DI KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 85-95.

- Listyarini, O., Haryanto, J. O., & Siahaan, B. C. (2009). The Adoption of Push-pulland Mooring Model for Small Industry in Indonesia.
- Macdonald, E. K., & Sharp, B. M. (2000). Brand awareness effects on consumer decision making for a common, repeat purchase product:: A replication. *Journal of business research*, 48(1), 5-15.
- Mahagangga, I. G. A. O. (2016). Persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan starbucks coffee di bandara ngurah rai bali. *Jurnal destinasi pariwisata*, 156-164.
- Margi, I. K. (2013). Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2).
- Meldarianda, R., & Lisan, H. (2010). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108.
- Murti, B. (2011). Validitas dan reliabilitas pengukuran. *Semarang: UNS*.
- Prasetyo, H. A., & Harsono, S. (2015). Pengaruh kesadaran merek dan diskon harga terhadap niat pembelian dengan mediasi citra Restoran Seafood New Javana di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 13-32.
- Ratna, A. R., Suharyono, S., & Srikandi, K. (2017). The influence of word of mouth (wom) on brand equity and the impact to purchasing decision: a study on cosplay community. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 65(5).
- Sabdarini, I. T. (2018), Laporan Penyusunan PDRB EKRAF 5 Provinsi 2010-2016 Menurut Lapangan Usaha.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring attitude toward the brand and purchase intentions. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 26(2), 53-66.
- Sugiyono, P. D. (2012). Metode Penelitiann Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung*.

- Sujarweni, V. W. (2014). SPSS untuk Penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.*
- Sukardi, P. D. (2003). Metodologi Penelitian Pendidikan. *Jakarta: Bumi Aksara.*
- Suryabrata, Sumadi. 2000. *Pengembangan Alat Ukur Psikologis.* Yogya: Penerbit Andi.
- Suryabrata, Sumadi. (2004). Psikologi Pendidikan. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito Vinzi, V. (2004, June). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. In *Proceedings of the XLII SIS scientific meeting* (Vol. 1, pp. 739-742).
- Ullman, J. B., & Bentler, P. M. (2003). Structural equation modeling. *Handbook of psychology*, 607-634.
- Widodo, P. B. (2006). Reliabilitas dan validitas konstruk skala konsep diri untuk mahasiswa Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 3(1), 1-9.
- Wong, K. K. K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32.
- Wu, P. C., Yeh, G. Y. Y., & Hsiao, C. R. (2011). The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 19(1), 30-39.
- Yudhiartika, D., & Haryanto, J. O. (2012). Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's. *Buletin Studi Ekonomi.*