

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity ; Capitalizing on the Value of Brand Name*. Free Press.
- Ananda, A., Mugiono, M., & Hussein, A. S. (2021). *The influence of store image on repurchase intention: the mediation role of perceived value and customer satisfaction*. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 10(4), 17–27.
- Dewi, A. F., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Marlboro (Studi Kasus Pada Perempuan Perokok di Kecamatan Tembalang Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen (Edisi Keenam)*. Binarupa Aksara.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning &)*. Penerbit Qiara Media.
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hellier, P. K., Geursen Gus M, Carr Rodney A, & Rickard John A. (2003). *Customer repurchase intention : A general structural equation model*. *European Journal of Marketing, Vol. 37(11/12)*.
- Kemitraan Mocitea. (2022). Dalam <https://geprekgroup.com/kemitraan-mochitea/>. Diunduh pada tanggal 5 Maret 2024 pukul 19.43 WIB.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (Seventeenth Edition)*. Pearson Education Limited.
- Kusuma, A. A., Wahab, Z., & Widad, & A. (2015). *The Influence of Brand Association and Brand Perceived Quality on Customer Loyalty at “Chatime” Tea Beverages in Palembang*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*
- Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen), Industri Makanan dan Minuman, 2023. (2024). Dalam <https://www.bps.go.id/id/>. Diunduh pada tanggal 3 Maret 2024.
- Maulida, Z., & Indah, D. R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Perspsi Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya terhadap Niat Membeli Ulang Vitamin Merek Holisticare Ester C pada Masa Pandemi Covid 19 di Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9.
- Ngatno. (2017). *Analisis Data dengan Program GeSCA*. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
- Samarkjarn, J. (2022). *Customer Satisfaction, Company Image, Brand Equity and Repurchase Intention: A Case Study of Starbucks Coffee Corporation in Bangkok Business District during the Impact of Covid-19*. *Asian Administration and Management Review*, 5(1), 72.

Sugiyono. (2004). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Tufahati, N., Barkah, C. S., Tresna, P. W., & Chan, A. (2021). *The Impact of Customer Satisfaction on Repurchase Intention (Surveys on Customer of Bloomythings)*. *Journal of Business & Applied Management*, 14(2), 177–186.

Yudhi, S. A., Wirianto, G. N., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Ulang pada Kakkk, Ayam Geprek!!! Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*.