

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A., dan Alexander, L. Biel. (2009). *Ekuitas merek dan periklanan: peran periklanan dalam membangun merek yang kuat*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Ali, H. (2022). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENNING (STUDI PADA PELANGGAN TEMPO GELATO PRAWIROTAMAN, YOGYAKARTA). *Manajemen*, 1–1.
- Amalia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6.
- Azanella, L. A. (2020, July 4). *Kenapa Manusia Suka Mengikuti Tren? Ini Penjelasan Psikologisnya*. Kompas. www.kompas.com
- espressoitalia.id*. (n.d.). PT. Espresso Italia. Retrieved August 30, 2023, from <https://espressoitalia.id/gelato-italia/>
- Kemenperin.go.id. (2022, November 11). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III 2022*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. kemenperin.go.id
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Manajemen Pemasaran : Vol. Jilid 2* (11th ed.). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Vol. Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Manajemen Pemasaran : Vol. Jilid I* (13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing Global* (14th ed.). Prentice.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Publishing.

- Peter, J. P., & Olson, J. c. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd* (4th ed.). Penerbit Erlangga.
- Puspita, Y. D., Rahmawan, G., Tinggi, S., & Ekonomi Surakarta, I. (n.d.). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices, Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions*.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Bussiness*.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU . *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku* . BPF.
- Syofian, & Hermawati. (2021). PENGARUH PRODUK, PELAYANAN, HARGA DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT DI KOTA BENGKULU. *CREATIVE RESEARCH MANAGEMENT JOURNAL*, 4, 69–79.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.).
- Wangi, R. P. (2023, May 10). *6 Gelato di Jogja, Lengkap dengan Reviewnya*. Hipwee.Com. www.hipwee.com
- Wikandi, R. (2022, May 25). *Bisnis Ice Cream Gelato, Dijamin Laris*. Mesineskrim.Co. mesineskrim.co