

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997). *Ekuitas Merek*. Edisi Indonesia. Jakarta: Mitra Utama.
- Aidah, A. N. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng Cumi. *Target*, 2500, 3000.
- Aisyah, I., & Hidayat, R. (2021). Tinjauan Aktivitas Sosial Media Marketing Instagram Pada Mpone Stationery Di Lampung Tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 7(5).
- Amelia, S. (2018). The Effect of perceived quality, brand awareness, and brand loyalty toward brand equity of Beer Bintang in Surabaya. *Calyptra*, 7(1), 899-918.
- Angkie, N. S. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Pada Brand Fashion Zara, H&M, Pull&Bear, Dan Stradivarius Di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Anugerah, D. T., & Hidayat, A. M. (2018). Implementasi Event Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Niion Indonesia Utama Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Diakses pada Februari 15, 2023, dari <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>.
- Aurinawati, D., & Rostika, R. (2018). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Respone (Studi Kasus Homestay Ndalem Nakula di Daerah Istimewa Yogyakarta). 1–10.
- Budianto, E., & Pujiani, D. (2021). ANALISIS PERANAN PROMOSI, HARGA, LOKASI, DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT DJARUM DI KABUPATEN WONOGIRI. *SMOOTHING*, 19(4), 279-286.
- Brangsinga, G. B. Y., & Sukawati, T. G. R. (2019). Pengaruh perceived quality dan brand image terhadap brand loyalty dan brand equity. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 2125. Golden, M., 2011. *Social Media Strategies for Professionals and Their Firms*
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitingjak, Tony, (2017), *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan

- Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307-316.
- Google Inc. 2023. Google Ulasan: Review KFC Mulyosari dalam <https://www.google.com>
- Habibah, A. N., Mulyono, F., & Gunawan, C. (2023). Integrated Marketing Communication: How Imc Method Build A Brand Equity: Komunikasi Pemasaran Terpadu: Bagaimana Metode Imc Membangun Ekuitas Merek. *Marketgram Journal*, 1(1), 44-51.
- Hidayah, N., & Anjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Perceived Quality terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1-9.
- Insi Nantika Jelita. (2021, 22 Juni). Sumber Media Indonesia: Pandemi Bikin KFC Indonesia Rugi Besar Rp377 M di 2020. Diakses dalam <https://mediaindonesia.com/ekonomi/414825/pandemi-bikin-kfc-indonesia-rugi-besar-rp377-m-di-2020>.
- Instagram.com (15 februari 2023) Instagram KFC Indonesia, diakses dalam <https://www.instagram.com/kfcindonesia/>.
- Kinanti, S. P., Putri, B. P. S., & Kom, S. I. (2017). Pengaruh media sosial Instagram@ zapcoid terhadap brand equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53-64.
- Kevin Sihotang: Statista. (2021). Dalam Lima Perusahaan Ritel Dengan Gerai Terbanyak Di Dunia. Diakses dalam <https://validnews.id/catatan-valid/lima-perusahaan-ritel-dengan-gerai-terbanyak-di-dunia>.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117-126.
- Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 33-37.
- Lazuardi, G. E. (2021). ANALISIS PERBANDINGAN BRAND EQUITY ANTARA TEH PUCUK HARUM DENGAN TEH BOTOL SOSRO (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Leonanda, K., & Purnama, S. (2020). Pengaruh ekuitas merek terhadap niat beli pada produk minuman isotonik mizone (studi kasus di Universitas Esa Unggul). *JCA of Economics and Business*, 1(02).

- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167.
- Lubis, E. E., & Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan instagram sebagai social media marketing er-corner boutique dalam membangun brand awareness di kota pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University).
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1), 1-8.
- Mirza, A., & Hosseini, H. (2018). Investigating The Role of Marketing Activities of Social Media in The Company ' s Image and Customer Response ( Case Study : Hotel Industry ). *International Journal of Social Relevance and Concern*, 6(7), 57-66.
- Mileva, Lubiana., dan Fauzi DH, Achmad. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu).
- Mileva, D. N. (2018). Pengaruh social media marketing dan persepsi kualitas terhadap niat beli Surabaya Snowcake (Studi pada masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446-452.
- Nam, K.J., Whyatt., & Georgina, Y. E. (2011). Brandequity, brand loyalty and consumer satisfaction. *Jurnal University South Korea*. Oxford Brookes University UK.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(2), 741-773.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Pohan, F. S., & Aulia, Z. F. (2019). Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 13-22.
- PT FASTFOOD Indonesia Tbk. Diakses pada Februari 15, 2023, dari <https://kfcku.com/kegiatan-usaha-perusahaan>.
- Ratana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 22(1), 13-28.

- Rahmawati, I., & Hidayah, I. N. N. (2021). Analisis Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappuccino. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 843-848.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Saputra, M. A., Octavia, A., Roza, S., & Sriayudha, Y. (2019). Negara Asal Produk, Persepsi Kualitas dan Merek: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 10(1).
- Surya, L. C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Dcrepes (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sri Niken Handayani. (2016, 28 Januari). Survei MasterCard: Restoran Cepat Saji Masih Favorit Masyarakat Indonesia. *SWA Online*. Diakses dalam <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/survei-mastercard-restoran-cepat-saji-masih-menjadi-tempat-favorit-bagi-masyarakat-di-indonesia>.
- Top Brand Award Diakses pada Februari 15, 2023, dari [https://www.topbrandaward.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=3&id\\_kategori=6&id\\_subkategori=157](https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=6&id_subkategori=157).
- Tuten, Tracy L. dan Solomon, Michael R. 2015. *Social Media Marketing: 2<sup>nd</sup> Edition*. London: SAGE Publications Ltd.
- Uning, P., & Sukamdiani, M. G. (2021, October). Analisis Brand Equity Coffee Shop Berdasarkan Persepsi Indonesia's Millennial Consumer di Kota Solo. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF) (Vol. 5, pp. 2634-2649)*.
- Vika Azkiya Dihni. (2022, 07 Juni). Databoks: Pendapatan Naik, Rugi Bersih KFC Susut 67,9% pada Kuartal I 2022. *Katadata*. Diakses dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/07/pendapatan-naik-rugi-bersih-kfc-susut-679-pada-kuartal-i-2022>.
- Wiastruti, R., & Sunggiardi, D. D. (2021). Pengaruh social media marketing activities terhadap ekuitas merek di cyrano café bogor. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 12(1), 25-37.
- Wirdamulia, Ardi. 2019. *Strtegi pngelolaan makna merek*. Bogor: IPB Press
- Yamit, Z. (2020). *Fator-Faktor yang Memengaruhi Keunggulan Bersaing (Studi pada Pelanggan Tix. id di Yogyakarta)*.