

LIST OF REFERENCES

- Ahmat, et al. (2014, July). The effect of factors influences the perception of price fairness towards customer response behavior: *Journal of Global management*,2(1). Retrieve 18 January 2019 from: <http://www.researchgate.net/publication/227439521>.
- Angelline, (2018). *Employee Perceptions Regarding the Roles of Internal Auditor in Achieving the Company Goals (Study at PT SUSHI INDO SUKSES MANDIRI)*. Medan: Universitas Pelita Harapan.
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas: Strategi jitu memenangkan hati konsumen.anagement*.
- Firmanto, J. & Suprpto, B. (2013). *Pengaruh Perspsi Harga dan Citra Merek Terhadap Nilai dan Minat Beli: Sikap wisatawan terhadap pemesanan hotel secara online*.
- Gultom, R. C. (2018, April). *Kualitas Pelayanan Waiter (Studi Kasus pada hotel Aplha Pekanbaru)*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Kartika, A. Y. (2017). *Pengaruh Atribut Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ponsel Apple*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Li, C. P. (2016). *Effect of Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, and Perceived Value on the Purchase Intention towards Sports and Tourism Products of the 2016 Taichung International Travel Fair*. Taiwan: University of Science and Technology, Taiwan.

- Luftiani, E. I. (2016). *Pengaruh persepsi kualitas, citra, merek, dan persepsi harga terhadap minat pembelian pada produk merek toak (studi kasus pada konsumen Bio Organik di Supermarket SuperIndo Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Neliyatun. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (studi pada Pengguna Traveloka di Bandar Lampung)*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Rahardjani, P. S. (2017, August 15). *Strategi Food and Beverage Promotion dalam Upaya Menarik Tamu (studi pada Hotel Grand Aston Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rohman, R. A. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Merek, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Persepsi Nilai (studi pada konsumen Susu Formula Bebelac di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Soenyoto, F. (2015), Impact Brand Equity on Brand Preference and Purchase Intention in Indonesia's Bicycle Industry: *iBuss Management*, 3 (2). Pp.102-103.
- Suliyanto, (2018) *Metode Penelitian Bisnies untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*.
- Sugianto, E., & Krianti, M. (2018). *Jurnal Pengaruh Program Green Hotel Terhadap Minat Beli Konsumen di Hotel di Indonesia*. Surabaya: Universitas Kristen Peta

Sunyoto, D. (2018) *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS

Tansil, M. J., & Tielung, M. V. J. (2014). The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Intention at SHMILY CUPCAKES Store Manado. *Jurnal EMBAL*, 2 (3). Manado: University of Ratulangi Pp.1290-1299.

Widjojo, H., Widjaja, S., et al. (2017). *Sari-Sari Pemasaran & Aplikasinya di Dunia Bisnis*. Jakarta: Prasetya Mulia.

