

## DAFTAR REFRENSI

- Ali, F. O., & Amin, M. (2013). An examination of the relationships between physical environment, perceived value, image and behavioural intentions: a SEM approach towards: a SEM approach towards Malaysian resort hotels. *Journal of Hotel and Tourism Management*, Vol. 27 No. 2., pp. 9-26.
- Budiyanto, T. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT.Camar Saptas Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 488-500.
- Calvo-Porrall, C., & Levy-Mangin, J. P. (2017). Store brands' purchase intention: examining. *Eur. Res. Manag. Bus. Econ.* 23, 90–95.
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's*, 7th Ed.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2015). Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness. *Tourism Management*.
- Herviana, V. P., & Anik, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Effect of Product Quality and Price on Loyalty with Satisfaction as an Intervening Variable). *Jurnal Ilmu Manajemen* 6 (1).
- Imantoro, F. S., & Sunarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian: Survei Terhadap Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 180-187.
- Iniesta-Bonillo, M. A., Sanchez- Fernandez, R., & Jiménez-Castillo, D. (2016). Sustainability, value, and satisfaction: model testing and cross-validation in tourist destinations. *Journal of Business*, Vol. 69 No. 11, pp. 5002-5007.
- Nanda, R., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15, 159-166.
- Nasiroh, N., & Untung, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kebijakan Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus pada Konsumen di Matahari Departemen Store TBK. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. 12(2), 69-87.
- Poluan, J. G., Lumintang, G. G., & Untu, V. N. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal EMBA*, 4(3), 671-681.

- Satti, W. Z., Babar, S. F., Parveen, S., Abrar, K., & Shabbir, A. (2020). Innovations for potential entrepreneurs in service quality and customer loyalty in the hospitality industry. *Emerald Insight*.
- Schiffman, L. G., & Leslie, L. K. (2010). Consumer Behavior, 10th Edition. *New Jersey : Pearson Education*.
- Stefanus, H. P., & Djoko, S. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 15*, 159-166.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Yuntawati, F., & Ginanjar, I. K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Yee, C. J., & San, C. N. (2012). Consumers Perceived Quality, Perceived Value and Perceived Risk Towards Purchase Decision on Automobile. *Journal of Economics and Business Administration, 3(1)*.

