

DAFTAR PUSTAKA

- Chasanah, U., & Fauzan, M. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Program Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Berkelanjutan. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.243>
- COMPANY, T. C.-C. (n.d.). *Intip Strategi Coca-Cola Menjadi Brand Kuat yang Bertahan Lebih dari Satu Abad*. 2021.
- Dwinanda, Y. (2019). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Intention To Revisit Pada Coffee Shop Kapi Nalar. *Tesis*, 1–127.
- Efrianto, A. (2016). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Layanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel The Alana Surabaya Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(9), 1–19.
- Eko Yuli Waluyo, S., Huda, K., & Fitriyani, Z. A. (2022). Pengaruh Destination Image dan Harga Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi di Joglo Park. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 833–852. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.445>
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Universitas Diponegoro.
- Gumanti, A. (2023). *Akan Hadir Kembali di Indonesia, Ini Sejarah dari Pepsi*. Republika. [https://ekonomi.republika.co.id/berita/s05441370/akan-hadir-kembali-di-indonesia-ini-sejarah-dari-pepsi#:~:text=Dilansir Companies History%2C Selasa \(29,-Cola%22 pada tahun 1898](https://ekonomi.republika.co.id/berita/s05441370/akan-hadir-kembali-di-indonesia-ini-sejarah-dari-pepsi#:~:text=Dilansir%20Companies History%2C%20Selasa%20(29,-Cola%22%20pada%20tahun%201898.).
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Layanan Publik*. Gava Media.
- Irwansyah, R. I. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Menginap Kembali (Survei pada tamu hotel M'Barro, Baturraden)*. [UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO]. <https://repository.ump.ac.id:80/id/eprint/4638>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). ERLANGGA.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.).

ERLANGGA.

- Martin, R. (2018). *Praktik Terbaik Coca-Cola Dan Sponsor*. Ronanmart.In.
<https://www.ronanmart.in/blog/coca-cola-sponsorship/>
- Muhammad, N. (2023). *Indonesia Termasuk Pasar Minuman bersoda Terbesar di Dunia*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/21/indonesia-termasuk-pasar-minuman-ringan-terbesar-di-dunia>
- Phillip, K., & Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Pretice Hall. inc.
- Prasetyo, A. H., & Lukiastuti, F. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada AHASS Comal Abadi Motor). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 151–164.
<https://doi.org/10.35829/magisma.v10i2.225>
- Putri, S. M., Setioko, D., Lasarudin, A., & Sandubaya, G. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Tamu Berkunjung Kembali Harris Hotel & Conventions Malang. *Jurnal Tesla: Perhotelan - Destinasi Wisata - Perjalanan Wisata*, 2(2), 53–61. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt>
- Rahmayanti, P. L. D., Suartina, I. W., Wijaya, N. S., Wardana, M. A., Sumerta, K., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 1(2), 48–56. <https://doi.org/10.56916/jimab.v1i2.169>
- Renata, R., & Tasya Prabawani, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Bermain Ulang Di Trans Studio Mini Setiabudi Semarang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–13.
- Rifa'i, B., Eka Mitariani, N. W., & Ayu Imbayani, I. G. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET DI GALLERY SMARTFREN DENPASAR. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 1.
- Riyanti, N. K. I., Kusuma, I. G. A. N. E. T., & Rihayana, I. G. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Di Villa Rendezvous Bali. *Widya Amerta*, 7(1), 84–99.
<https://doi.org/10.37637/wa.v7i1.591>

- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Suparna, G., & Riana, I. G. (2022). Determinan Revisit Intention Pengunjung Museum Dalam Perspektif Experiential Marketing. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(1), 22–42. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.4768>
- Supendi, D. (2021). *Minuman Coca Cola Dan Perkembangannya*. Harapanrakyat.Com. <https://www.harapanrakyat.com/2021/06/minuman-coca-cola-dan-perkembangannya/>
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di OS Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62–70.
- Tjiptono, Fandy, & Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). *Top Brand Award*. (n.d.).
- Yulliyanie, T., & Evyanto, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bingas Manufacturing. *ECo-Buss*, 4(3), 505–515. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i3.283>
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Pemasaran Jasa: Mengintegrasikan Fokus Pelanggan di Seluruh Perusahaan* (Edisi ke-5). McGraw-Hill dan Irwin.