

DAFTAR PUSTAKA

- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.)
- Amalijah, E., & Fredy, M. (2023). Pemetaan Restoran Jepang dan Kuliner Milenial di Surabaya. *Jurnal Sakura: Sastra, Bahasa, Kebudayaan Dan Pranata Jepang*, 5(1), 169.
- Ulum, M. (2024, February 5). Permintaan produk makanan asal Jepang meningkat. *Bisnis.com*.
<https://surabaya.bisnis.com/read/20240205/532/1738390/permintaan-produk-makanan-asal-jepang-meningkat>
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. The Free Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Rosa, N., Nurmalisa, Y., & Haryanti, T. (2023). Pengaruh Identitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi pada Mahasiswa Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 20(1), 141-153.
<https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/download/5984/4346/27055>
- Wahyono, S. A., Hellyani, C. A., & Sin, L. G. (2020). Analisis Pengaruh Identitas, Citra Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek. *Referensi?: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 145–150.
<https://doi.org/10.33366/ref.v9i2.3031>
- Minarizki, H., & Frimayasa, A. (2023). MENGHITUNG DAN MENGELOLA FOOD COST: KUNCI MENINGKATKAN PROFITABILITAS MEREK USAHA “SQUIRICE”. *Jurnal Sinergitas Abdi Pendidikan*, 29(4), 593-597.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JSA/article/view/33308/19698>

- Rustan, R. (2023). Peranan Manajemen Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan Kota Makassar Untuk Mengembangkan Bisnis. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1568–1574. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/1766>
- Widiyati, S., Dwiati, S. L., & Rahayu, S. (2018). Financial Management Of Msme In Culinary Industry According To Demographics And Financial Literacy. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi (JMBE)*, 1(1), 85-98. https://journal.unika.ac.id/index.php/JMBE/article/download/4626/pdf_1

