

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum
- Adawyah. R. (2007). *Pengolahan dan Pengawetan Ikan*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Amilia, S., Oloan, AN. 2020. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol (6), No.1.
- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum cetakan ketiga*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chabibi, I., L. B. Hasiholan dan C. Harini. 2018. Pengaruh kualitas layanan, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat pembelian sebagai intervening. *J. of Management*. 1(1): 1 – 14.
- Dedhy Pradana, S. H. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor*. *Kinerja*, 18.
- Ekky Suti Wibisono, 2019. “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD.Rizky Barokah di Balongbendo”. Skripsi. Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Surabaya
- Fatih Imantoro, S. S. (2018). *Pengaruh Citra Merek,Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survei terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 180.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin. 2011. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : PT. Indeks Indonesia.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. BPF: Yogyakarta
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodologi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Haryono dan Wardoyo. 2012. *Struktural Equation Modelling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan Amos*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta : Gosyeng Publishing.

- J.Moleong, Lexy.2014. Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2.Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi ke-13: Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks Indonesia.
- Luthfia, K., 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Corporate Governance.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh K. 2006. Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Miati, I. 2020. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. Jurnal ABIWARA. Vol (1), No.2.
- Murniati, M. P, dkk. 2013. Alat-alat Pengujian Hipotesis. Semarang: Penerbitan Unika Soegijapranata.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Primyastanto. 2011. Feasibility Study Usaha Perikanan (Sebagai Aplikasi dari Teori Studi Kelayakan Usaha Perikanan). Universitas Brawijaya Press. Malang. Salsabila, P. (2019, April 9). Colivi
- Radji, Djoko Lesmana. 2009. Hubungan Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan anajemen* . Vol.10
- Randang, W. 2013. Kualitas produk, atribut produk dan ekuitas merek pengaruhnya terhadap pembelian minyak goreng. J. EMBA. 1(3): 701 -709.
- Ratri. (2007). Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro: Semarang
- Saladin, Djaslim. 2007. Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran. Bandung: Linda Karya.

- Sahetapy, Jeofer Pratama. 2013. Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal Manajemen*. Vol.1
- Saputro, R. Y., P. D. Paramita dan M. M. Warso. 2016. Pagaruh kesadaran merek, perceived quality dan price terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125 di dealer Astra Honda Semarang. *J. of Management*. 2(2): 1 – 17.
- Schiffman & Kanuk.(2004). Perilaku Konsumen (edisi 7).Jakarta : Prentice Hall.
- Setiadi, N. J. 2019. Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen. Prenadamedia Grup. Jakarta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV
- Sumarwan, Ujang. 2015. Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 63.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed 3. Yogyakarta : Andy Offset
- Wibisono, ES. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD.Rizky Barokah di Balongbendo*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya.