

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2020). *Human Capital Management*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Aghekyan-Simonian, M., F. S., Kwon, W. S., & Chattaraman. (2012). The Role of Product Brand Image and Online Store Image on Perceived Risks and Online Purchase Intentions for Apparel. *Jurnal of Retailing and Consumer Services*, 19(3), 325–331.
- Amrullah, T., Aminawar, M., Rasyid, I., Darwis, M., & Erik Kurniawan, M. (2019). *Karakteristik Konsumen Makanan Tradisional Khas Makassar Pada Restoran Marannu Kelapa Gading Jakarta*. 173–179.
- Anisa, T. N., Winarno, S. T., & Atasa, D. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Frozen Seafood “AHAA!” ICS Food di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1), 59–71. <https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.3717>
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F. B., & Akram, S. N. (2011). Impact of brand image, trust, and affect on consumer brand extention attitude: the mediating role brand loyalty. *International Journal of Economic and Management Sciences*, 1(5), 73–79.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Deepublish.
- Baum, F. (2012). *Kendali Mutu Terpadu (Alih Bahasa)*. Erlangga.
- BPS. (2017). *Luas Area Pemeliharaan Ikan Darat Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur*. Dalam. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/14/1882/luas-area-pemeliharaan-ikan-darat-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2017/diunduh> pada Minggu, 24 Maret 2024.
- Buchari, A. (2020). *Harga Pada Bauran Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Byrne, B. (2014). *Structural Equation Modeling with LISREL*. New York: Psychology Press.
- Cahya, G., Eka, N., Manurung, P., Hermialingga, S., Burhan, A., & Africano, F. (2023). Analisis Pemilihan Toko Pempek Berdasarkan Karakteristik Konsumen Pempek Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Perikanan Dan Budidaya Perairan*, 18(1), 60–68.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. *Modern Method for Business Research*.
- Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). The Influence of Product Quality, Brand

- Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 25–34.
- Fadila, C. T., Farlian, T., & Ramly, A. (2020). The influence of Halal Label, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 3(1), 95–133. <https://doi.org/10.22515/jfib.v3i1.2627>
- Firman, S. R. R. (2020). Tujuan Penetapan Harga. *Jurnal of Educational Science (IJES)*, 2(2), 81–89.
- Fornell, C., & Bookstein, F. L. (1982). Two Structural Equation Models: LISREL and PLS Applied to Customer exit-voice Theory. *Journal of Marketing*.
- Garaika, & Darmanah. (2011). *Metodologi Penelitian*. CV. Hira Tech.
- Ghozali, I. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0. M3*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., William, B. C., Barry, B. J., Rolph, A. E., & Ronald, T. L. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th editio)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hossain, M. S., Anthony, J. F., Beg, M. N. A., Hasan, K. B. M. R., & Zayed, N. M. (2020). Affirmative Strategic Association of Brand Image, Brand Loyalty and Brand Equity: A Conclusive Perceptual Confirmation of the Top Management. *Academy of Strategy Management Journal*, 19(2), 1–7.
- Husni Mubarak. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng “Bresto” Di Ud. Arshaindo, Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(4), 79–88.
- Ibrahim, M., & Irma Suryani, V. P. F. (2017). *Analisis Pemberian Sanksi, Perilaku Menyimpang dan Self-Efficacy Studi Pada Karyawan PT. PLN (PERSERO) Wilayah Aceh*. 14(2), 181–192.
- Indriyana, N., Nurliza, & Kurniati, D. (2019). Nilai Individu dan Mutu Produk pada Perilaku Konsumen Terhadap Produk Pangan Rekayasa Genetik. *Portal Jurnal Ilmiah*, 8(1).
- Kartika, E.-. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga Citra Merek

Serta Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace shopee Di Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Profesional*, 2(1), 73–77.

Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2021). *Produksi dan Nilai Produksi Perikanan Budidaya Bandeng Menurut Kabupaten/Kota dan Komoditas Utama di Provinsi Jawa Timur*.

Kerby, J. K. (2004). *Essentials of Marketing Management*. USA: South-Western Publishing Co.

Kertajaya, H. (2005). *Positioning Diferensiasi Brand: Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning - Diferensiasi - Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

_____ (2011). *Marketing an Introduction* (10th Editi). Indonesia: Perason.

_____ (2018). *Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

_____ (2016). *Marketing Management* (Pearson Education (ed.); 15th Editi).

Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (G. Edition (ed.)). Pearson Education.

Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Manambe, H. F., & Lapisan, S. L. H. V. J. (2019). Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Rosita Manado). *Jurnal Emba*, 7(4), 5456–5465.

Mardiyarningsih, G., Sujiono, S., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Pembelian Konsumen. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i1.2547>

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muniarti, M. P. (2013). *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Oktafiyani, Y., Pancawati, J., & Anggraeni, D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sate Bandeng (Studi Kasus Sate Bandeng Ibu Amenah Kota Serang) the Influence of Marketing Mix on Buying Decision of Milkfish Satay (Case Study of Sate Bandeng Ibu Amenah , Serang City). *Jurnal Ilmu Pertanian Tirtayasa*, 5(2), 291–299.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*.
- Pertiwi, S. P., & Hayuningtias, K. A. (2024). The influence of product quality , brand image , and electronic-word of mouth on purchasing decisions (study on consumers of Bandeng Presto Bucin). *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 1459–1470. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>
- Priambodo, Y. G. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Otak-otak Bandeng (Studi Kasus di Sari Kelapa Gresik)*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta Bandung.
- Pristiawan, H. E., Mariah, M., & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah. *Nobel Management Review*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i1.2865>
- Purnomowati, & Ida. (2007). *Ragam Olahsan Bandeng*.
- Putri, B. R. R. T. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Fakultas Peternakan Udayana*.
- Putro, A., & Hidayat, I. (2018). Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(10), 1–21.
- Rachman, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(01), 48–52. <https://jurnal.pelitaabangsa.ac.id/index.php/jpi/article/view/816>

- Rahmawati, S., Slamet, A., & Wijaya, I. P. E. (2023). Analysis Of The Influence Of Consumer Perceptions Regarding Price Fitness, Brand Image, And Product Quality On Purchase Decisions In Bandeng C73 Karawang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(1), 347–359.
- Sari, A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek A3 Fresh O2. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Sari, E., Putri, S. D., Nurhaliza, S., Syainah, E., Islam, U., Uniska, K., Arsyad, M., & Banjari, A. (2023). *Pengembangan Resep Otak Otak Bandeng dengan Teknologi Tepat Guna di Era Masyarakat 5 . 0. 2023*(Senastika), 2015–2017.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Setyaningrum, A., & Udaya, J. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi.
- Sitompul, S. S. (2019). Model Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 322–334. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.611>
- Sofyani, T. (2022). Marketing Management of Frozen Milk Fish (Chanos chanos) at Indonesia Fishery PT Lamongan District, East Java. ... *Management and Social Sciences* ..., 01(04), 109–119. <http://ecomans.thaifahmp.id/index.php/id/article/view/17%0Ahttp://ecomans.thaifahmp.id/index.php/id/article/download/17/20>
- Store, B. M. (2023). *Data Penjualan Otak-otak Bandeng Bu Muzanah Bulan Januari-Juni 2023*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasarn*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunarsi, D., & Jasmani. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *Pinisi Discretion Review*, 3(2), 2580–1317.
- Tamiang. (2022). Analisis Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Bandeng (Chanos Chanos) Di Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang. *Inovasi Penelitian*, 2(11), 3765–3772.
- Thalib, A., Istiqomah, T., Ristyanadi, B., & Qomariyati, N. (2019). Uji Penerimaan Konsumen Terhadap Cita Rasa Ikan Bandeng (Chanos chanos Forsskal) Dari Beberapa Lokasi Budidaya di Indonesia. *Grouper*, 10(2), 62. <https://doi.org/10.30736/grouper.v10i2.58>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th Ed)*. Andi.

- Tolvonen, R. M. (2012). Product Quality and Value From Consumer Perspective: An Application to Wooden Product. *Jurnal of Forest Economics*, 18, 157–173.
- Utami, R. H., & Indiworo, R. H. E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Ukm Sentra Bandeng Kelurahan Tawang Mas Semarang. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 45–57. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i2.3987>
- Wang, Y., & Tsai, C. (2014). The Relationship Between Brand Image and Purchase Intention: Evidence From Award Winning Mutual Funds. *International Journal of Business & Finance Research*, 8(2), 27–40.