

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiansyah, E. (2017). Strategi pemasaran Berdasarkan Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Abon Jamr Tiram Di Cv Ailani Food Malang. In *Angewandte Chemie International. Edition*, 6(11), 951–952.
- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186-196.
- Akrom, M. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Amilia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 459–468.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Astuti, R., Rizky Lutfian Ramadhan, S., & Galuh Dian Paramita, W. (2015). Marketing Strategy Based on Marketing Mix Influence on Purchasing Decisions of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall (MOG), Malang City, East Java Province , Indonesia. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 67–71.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2(2), 127–133.
- Cahya, N., & Shihab, M. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus. Studi Kasus di PT. Datascrip. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 1(01), 34-46.
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Andi Offset. Christine, & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1).
- Dermawan, A., Supratomo, R. T., Wratsangka, L., Prajoko, B., Setianingsih, A., Zulkhikman, E., Widodo, S., Afriani, I., Sukur, A., Riadi, Y. D., & Cahyani, N. A. (2019). Kelautan Dalam Angka. In Direktorat Jenderal Pengelolaan Ruang Laut. Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Duhita, I. P. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yoghurt Menggunakan Metode Partial Least Square (PLS) di PT. Kusumasatria Agrobio Taniperkasa Batu. Brawijaya University.
- Fandy, T., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi.

- Farhan, M. Y., & Kamal, M. (2015). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus pada Konsumen Nike di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Farisi, S. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Febriati, I. G. A. U., Uthami, G. A., & Respati, N. N. R. (2020). The effect of celebrity endorser credibility and product quality mediated by brand image on purchase intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 3, 464-470.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Hakim, M. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 299962.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Hasan, A. (2013). *Marketing, Cetakan Pertama*, Media Pressdindo.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Sekunder Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.
- Hidaya, A. D. S., & Lubis, D. S. W. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, 1(1), 1-7.
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas dan Reliabilitas dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen. *SNAST*, November, A155–A160.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). *Tabel Komposisi Pangan Indoensia 2017*. In Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

- Khoiriyah, N., Saad, M., Prihatini, E. S., & Rahayu, A. P. (2019). Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Otak-Otak Ikan Bandeng (*Chanos chanos*) di Kecamatan Lamongan (Kota) Kabupaten Lamongan. *Grouper*, 10(2), 31.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Keller. (2016) *Marketing Management 15e Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran. Prehallindo. Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I. Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). Principles of marketing: an Asian perspective. Pearson/Prentice-Hall.
- Kurniawan, A. D., & Astuti, S. R. T. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 282-289.
- Lubis, A. N. (2004). Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk dan Jasa. *Academia*, 1–15.
- Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen pemasaran jasa.
- Narto. (2019). Pengembangan Produk Kerupuk Ikan Bandeng di Kabupaten Gresik Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). 2(2), 40–46.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Oktaviyanti, B. D. (2019). Segmentasi, Targeting, Positioning, dan Strategi Bersaing Otak-Otak Bandeng di Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek "Brand Image" terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16-23.
- Pramudyo, A. (2017). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai intervening (studi pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(1).
- Putri, D., Yusmini, & Eliza. (2017). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Raudhah Chicken di Jalan Durian Pekanbaru. *JOM FAPERTA*, 4(2), 1–15.
- Radityasari, P. Y. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus pada Mahasiswa Kampus I Mrican Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).
- Rangkuti, Freddy. (2015). Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2016). The impact of product quality and price on customer satisfaction with the mediator of customer value. *IISTE: Journal of Marketing and Consumer Research*, 30, 59-68.

- Ricardo, R. (2021). Building Purchase Intention: Company Image, Product Knowledge And Price Perception. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1090-1098.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian Nikmatur Ridha. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Sagita, A. E., Najib, M., & Yasid, M. (2020). Marketing Mix and Consumer Characteristics on Purchasing Decisions and Customer Satisfaction in Muslimah Salons in Bogor City. *Jurnal Syarikah*, 6(1), 47–57.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep Dan Strategi Pemasaran. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang (Vol. 3)*. SAH MEDIA.
- Selang, C. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *EMBA*, 1(3), 71–80.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. UB Press.
- Sihotang, M., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. 1(1), 36–40.
- Suciati, P., & Maulidiyanti, M. (2019). Kekuatan 7P Bauran Pemasaran Terhadap Pilihan Mahasiswa Berkuliah Di Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1(2), 11–21.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan (Vol. 4)*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sugiyono, P. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukatjo, H., & A., S. R. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mytra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Sukmaningrum, A., & Imron, A. (2017). Memanfaatkan Usia Produktif Dengan Usaha Kreatif Industri Pembuatan Kaos Pada Remaja Di Gresik. *Paradigma*, 5(3), 1–6.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. PT. Buku Seru.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: Caps.
- Susanto, E. (2019). *Pengolahan Bandeng Duri Lunak (Channos channos Forsk)*. February.
- Swastha, B. D., & Handoko, T. H. (2012). *Marketing Management Consumer Behavior Analysis*. Yogya: BPFE.
- Tamaka, I. (2013). Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Sikap Konsumen pada Produk Daihatsu di PT. Astra Internasional Daihatsu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tantono, R. (2017). Pengaruh trust, product quality, dan price terhadap loyalitas pelanggan pabalut natesh. *Agora*, 5(2).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, J. A. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen UD Bali Makmur (Doctoral dissertation)*.
- Tollo, F., & Kempa, S. (2017). Analisis Aplikasi 7P Pada Usaha Nasi Kuning Air Putri di Ambon. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(1), 1–8.
- Utami, A. P. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket KOPMA Universitas Negeri Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wahyuningsih, G. A. D., & Sukaatmadja, I. P. G. (2020). The Effect of Brand Image, Product Quality, and Brand Trust on Maybelline Lipstick Customer Loyalty in Denpasar City. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(1), 407-412.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian hunian Green Product. *Jurnal manajemen dan organisasi*, 6(1), 45-63.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Butik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Wijaya, M. H. P. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 105–114.
- Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).