

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2019). *Strategic Market Management*. Jhon Wiley & Sons Inc.
- Amstrong, M. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*, Alih Bahasa. Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Bagus, I., Darmajaya, D., Gede, T., & Sukawati, R. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *EJurnal Manajemen Unud*, Vol 7 No12, Hal 63–79.
- Bilson, S. (2021). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto, D. (2018). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Ferdinand, A (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2018), Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program. AMOS 24, FEB Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, et al. (2019). *Multivariate Data Analysis (New Intern)*. Pearson, New Jersey.
- Islamiah, F., Rusmiati, & Adawiah, R. (2023). Peran Citra Merek Sebagai Mediasi Pada Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(3), 472–479.
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022) Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Central Proteina Prima Cabang Tegal). *Diponegoro Journal of Management*, Vol 11 No 6, Hal 1–15.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*, Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kurniawan, A., Sofyanty, D., Yusuf, F., & Syarief, F. (2022) Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata di DDK Jakarta. *JISIP (Jurnal*

Ilmu Sosial Dan Pendidikan), Vol 6 No 2, Hal 41–51.

Mala, Istiana Wijayanti (2019) Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Bandung Purnama Desa Beran Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi, *Jurnal Media Soerjo*, Vol 25 No 2, hal 1-9.

Parasuraman, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018) Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Retailing*, Vol 49 No 1, Hal 1-14.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2016). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga, Semarang

Rahman, M., & Syardiansah, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart di Kota Langsa. *Jupii: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol 13(1), Hal 167-175.

Rangkuti, Freddy, 2019. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Ryananda, M. H., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, Vol 4 No 4(2), Hal 461–469.

Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202.

Santoso, S., & Tjiptono, F. (2019). *Santoso, Singgih, dan Fandy Tjiptono, 2002, Riset Pemasaran : Konsep dan. Aplikasinya*. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Septiati, A., Zulfanetti, Z., & Achmad, E. (2019). Analisis pendapatan pengrajin usaha industri rumah tangga pengolahan kerupuk udang di Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 6(2), Hal 73–82.

Setiadi, N. (2018). *Perilaku Konsumen*. Kentjana, Semarang

Shiffman, & Kanuk. (2018). *Consumer Behaviour (10th ed)*, Pearson. Prentice Hall, New Jersey.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung.

Sulvia, Selvi, Naya Desparita (2024) Analisa Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit Sapi (Kerupuk Rambak) di Desa Bale Panah Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen, *Jurnal Sains*, Vol 8 No 1, Hal 30-

37.

Swastha, B., & Irawan. (2018). *Asas-asas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.

Umbola, F., Mawuntu, P., & Potolau, M. (2019). the Influence of Citra merek and Price Perception on Purchase Decisions. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 8(2), 16–21.

Wajong, Vania Pacifika, Juniarty Juniarty, 2023, Pengaruh Service Quality, Food Quality, Price Fairness, Physical Environment, dan Citra merek Terhadap Customer's Dining Satisfaction dan Customer Loyalty: Studi di Restoran Jabodetabek, *Proceeding National Conference Business, Management, And Accounting (NCBMA)*, Vol 1 No 2 Hal 1-1.0

Werdiasih, R. D., Karnowati, N. B., & Yoana, Y. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(1), 48–57.

Windasari, Amelia Asma'ul, Nersiwad, Toto Heru Dwihandoko (2023) Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Cassava pada UMKM Bintang Anugrah Kota Mojokerto, *Jurnal Manuhara, Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol 1 No 3, Hal 175-194.

Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemet & Business*, 5 (c), 559–573.

Pedoman Penyusunan Skripsi, 2021, FEB UMK, Kudus.