

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3 (2), 186-196.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, Henry. (2002). *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Balatif, Mutasyakkirah. (2018). "Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Fashion Bangkok (Studi Pada Konsumen One Eight Woman Jl. Dr. Mansyur No. 80 Medan)". *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Sumatera Utara.
- Bearden, William O., Ingram, Thomas N., dan LaForge, Raymond W. (2007). *Marketing: Principles and Perspectives (5<sup>th</sup> Edition)*. New York: McGraw-Hall Irwin.
- Bilson, Simamora. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bisnis.com. (2018). "Industri Makanan dan Minuman Jadi Andalan Pacu Ekonomi". Diakses pada 22 Mei 2019 pukul 15.00 WIB. [<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180813/257/827445/industri-makanan-minuman-jadi-andalan-pacu-ekonomi>]
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Coulter, et al. (2005). The Evolution of Consumer Knowledge and Sources of Information: Hungary in Transition. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(3), 307-319.
- Gaspersz, V. (2005). *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hanjaya, Sanny. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk dan Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 181-190.
- Hasibuan. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4<sup>th</sup> Ed)*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing, (12<sup>th</sup> Edition)*, (Bob Sabran, Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles W., et al. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Limoputro, K. R., dan Waney, G. (2018). Pengaruh Product Knowledge dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Ngohiong Merek M&B. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(6), 707-716.
- Lin, Nang-Hong, dan Bih-Shya Lin. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*, 121-132.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. (2014). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pikiran-rakyat.com. (2019). "Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Sumbang 6,35% terhadap PDB Nasional". Diakses pada 6 Maret 2020 pukul 12.30 WIB. [<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01316389/pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-sumbang-635-terhadap-pdb-nasional>]
- Purhantara, Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (Edisi 2). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Susanto, A. B. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Temporal, Paul. (2001). *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Global*. Batam: Interaksara.
- Topbrand-award.com. (2017). "Top Brand Index Kategori Toko Roti (Bakery) Tahun 2017". Diakses pada 10 Mei 2019 pukul 12.00 WIB. [<http://topbrand-award.com>]
- Topbrand-award.com. (2018). "Top Brand Index Kategori Toko Roti (Bakery) Tahun 2018". Diakses pada 10 Mei 2019 pukul 12.00 WIB. [<http://topbrand-award.com>]
- Wicaksono, D.A., Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 3 (1), 81-89.
- Widodo, Mulyo. (2018). Pengaruh Product Knowledge, Brand Awareness, dan Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Produk Digital Asli Kota Pontianak. *Jurnal Manajemen*, 7(1).
- Wijayanto, E., & Suharti. (2018). Pengaruh Brand Image, Attitude, dan Service Quality terhadap Keputusan Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 2 (2), 95-104.