

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Patricia Dessy. (2014). Peran Citra Merek Dan Negara Asal Produk Dalam Hubungan Kausal Antara Kualitas Produk Dan Ketersediaan Pengguna Untuk Melakukan Komunikasi Getok-Tular (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Pengguna *Smartphone Android* Merek Samsung). S1 thesis, UAJY.
- Burnett, John. (2008). *Core Concept of Marketing*. New York: John Wiley and Sons Ltd.
- Davinson dan Sireci. (2000). *Multidimensional Scaling*. Massachusetts: Universitas Massachusetts.
- Dharmmesta, Basu Swastha. (2014). Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat. Universitas Terbuka.
- Hasbi, Imanuddin. (2014). *E-Proceeding of Management* Vol. 1 No. 3 Desember 2014: Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garucci Shoes. Bandung: Universitas Telkom
- Hendarko. (2011). Identifikasi Citra Sidik Jari Menggunakan Alihragam Wavelet dan Jarak Euclidean. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Janti, Suhar. (2014). Analisis Validitas dan Reliabilitas dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan *Strategic Planning* Pada Industri Garmen. Yogyakarta: Repository Akprind.
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. (2006). *Marketing Management* 12e. New Jersey: Upper Saddle River.
- Moen dan Middlethor. (2015). *Qualitative Research Methods*. Norwegia: Universitas Oslo.
- Mondelez International, The Harris Poll. (2019). *State of Snacking: 2019 Indonesian Consumer Snacking Trends Study*. Mondelez International.

- Nahar, Julita. (2016). Jurnal Matematika Integratif Volume 12 No. 1 April 2016: Penerapan Metode *Multidimensional Scaling* dalam Pemetaan Sarana Kesehatan di Jawa Barat. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Oktaviani dan Novianti. (2014). Ekonomi Makro. Universitas Terbuka.
- Pujaastawa, Ida Bagus Gde. (2016). Teknik Wawancara dan Observasi untuk Pengumpulan Bahan Informasi. Bali: Universitas Udayana.
- Pujihastuti. (2010). CEFARS Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah Vol. 2 No. 1 Desember 2010: Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. Bekasi: Universitas Islam 45 Bekasi.
- Ridwan, Muhammad. (2019). Strategi Pemasaran Bakpia Produksi Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Pendekatan *Product Positioning*. Yogyakarta: UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Solomon. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective, Third Edition*. Inggris: Prentice Hall.
- Statista. (2020). *Snack Food Revenue in Indonesia 2020*. www.statista.com/outlook/40110000/120/snack-food/indonesia#market-revenue. Diakses pada tanggal 22 April 2020.
- Stevens, S. S. (1946). *On the Theory of Scales of Measurement*. Amerika: American Association for the Advancement of Science.
- Sudijono, Anas. (2011). Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Rajawali Press.
- Suseno, dkk. (2016). Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 35 No. 2 Juni 2016: Pengaruh Atribut dan *Positioning* Produk Terhadap Citra Merek (Survei Pada Pemilik Mobil Daihatsu Xenia di Kota Malang). Malang: Universitas Brawijaya.
- Sunarto. (2018). Jurnal Moneter Vol. V No. 1 April 2018: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. Depok: Universitas Gunadarma.
- Widi. (2011). Jurnal Kedokteran Gigi Vol. 8 No. 1: Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. Jember: Universitas Jember.

Yahdianti, Chuchub. (2005). *Majalah Ekonomi dan Komputer No. 3 Tahun XIII-2005: Analisis Pasar Konsumen dan Perilaku Pembeli*. Depok: Universitas Gunadarma.

Zaharrudin. (2006). *Menggali Potensi Wirausaha*. Bekasi.