

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. 2019. Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Ambolau, M. A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. 2015. The influence of *brand awareness* and *Brand image* on purchase decision. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2).
- Arianty, N., & Andira, A. 2021. Pengaruh *Brand image* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Konsep Penduduk. <<https://www.bps.go.id/subject/12/kependu/dukan.html#subjekViewTab1>>. Diakses 28 Mei 2023.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Produksi Tanaman Buah-Buahan 2021. <<https://www.bps.go.id/indicator/55/62/1/produksi-tanaman-buah-buahan.html>>. Diakses 27 Januari 2023.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Sleman. 2023. Kabupaten Sleman dalam Angka 2023. <<https://slemankab.bps.go.id/publication/2023/02/28/d7689b2f3a1709f8c80cec4a/kabupaten-sleman-dalam-angka-2023.html>>. Diakses 28 Mei 2023.
- Bappeda DIY. 2022. Jumlah Konsumsi Ketahanan Pangan. <http://bappeda.jogjapro.go.id/dataku/data_dasar/index/114-jumlah-konsumsi>. Diakses 9 November 2022.
- Didin, A. M. 2021. Strategi Sewu Segar Membangun Merek Buah-Buahan. <<https://www.sunpride.co.id/strategi-sewu-segar-membangun-merek-buah-buahan/>>. Diakses 28 Oktober 2022.
- Djaali. 2008. *Skala Likert*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. 2001. *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Agusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jauziyah, S., Tsani, A. F. A., & Purwanti, R. 2021. Pengetahuan gizi dan cara mendapatkan makanan berhubungan dengan kebiasaan makan mahasiswa universitas diponegoro. *Journal of Nutrition College*, 10(1), 72-81.
- Keller, K.L. 2013. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc.
- Keneq, B. 2020. Penerapan analisis jalur (path analysis) terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi belajar siswa. *Jurnal Diferensial*, 2(2):129-149.
- Khoirunnisa, S., & Kurniasari, R. 2022. Pemanfaatan media dalam meningkatkan pengetahuan serta konsumsi buah dan sayur: tinjauan literatur. *Prepotif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2), 1178-1183.

- Kotler & Keller 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jilid 1 (cetakan keempat). PT Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, P., & A.B. Susanto. 1999. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. USA: Pearson Custom Publishing.
- Krisnawati, D. 2016. Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian AMDK merek aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung). Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 4(1).
- Lee, G. C., & Leh, F. C. Y. 2011. Dimensions of customer-based brand equity: A study on Malaysian brands. Journal of Marketing Research and case studies, 2011(10), 1-10.
- Lip, M. A. 2020. Indonesia Menjadi Salah Satu Produsen Pisang Terbesar di Dunia, Berapa Produksinya. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/11/12/indonesia-menjadi-salah-satu-produsen-pisang-terbesar-di-dunia-berapa-produksinya>. Diakses 8 November 2022.
- Lisa, N. I., Suanti, Y., Iskarni, P., Iswara, D., & Wahyuni, P. 2023. Analisis Struktur Penduduk Di Provinsi Riau (Dari Sudut Pandang Pendidikan). Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK), 5(1): 3348-3357.
- Manalu, D., & Roshinta, J. 2021. Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan. Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik, 1(2), 173-189.
- Muslimin, H., Semmaila, B., & Arfah, A. 2022. Pengaruh *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Pisang Goreng Nugger di Kota Makassar. YUME: Journal of Management, 5(1): 170-176.
- Narotama K. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk. Departemen Teknologi Industri Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Skripsi.
- Negara AT, M., Situmorang, S., & Gultom, D. T. 2020. Analisis kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap pisang raja sereh dan pisang Cavendish di Kota Bandar Lampung. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis, 8(1), 123-130.
- Nugraha, B. 2022. Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik. Pradina Pustaka.
- Nurlan, F. 2019. Metodologi penelitian kuantitatif. CV. Pilar Nusantara.
- Nurul M. 2021. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Bear Brand pada Saat Pandemi (Covid-19). Departemen Ekonomi dan Bisnis Sekolah Vokasi. Universitas Gadjah Mada. Tugas Akhir.
- Pradana, M., & Reventiary, A. 2016. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Customade (studi di merek dagang Customade Indonesia). Jurnal Manajemen, 6(1).
- Pramono, A., Tama, T. J. L. G., & Waluyo, T. 2021. Analisis arus tiga fasa daya 197 KVA dengan menggunakan metode uji normalitas kolmogorov-smirnov. Jurnal RESISTOR (Rekayasa Sistem Komputer), 4(2), 213-216.

- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh *brand awareness* dan brand loyalty terhadap keputusan pembelian produk chicken nugget Fiesta di kota Padang. *Jurnal agrica*, 11(2), 70-78.
- Rahmawati, S. N. A., & Supriyanto, A. 2020. Pentingnya Kepemimpinan dan Kerjasama Tim Dalam Implemeentasi Manajemen Mutu Terpadu. *JDMF (Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan)*, 5(1), 1-9.
- Rumapea, E. 2021. Analisis sikap dan preferensi konsumen pada keputusan pembelian buah pisang di pasar tradisional kota semarang (Doctoral dissertation, Program Studi S1 Agribisnis Departemen Pertanian).
- Sabrina, H. 2018. Pengaruh Harga Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy. *Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 114-120.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sekaran. 2000. *Research Methods for Business, A Skill Building Approach Fourth Edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sharifi, S. S. 2014. Impacts of the trilogy of emotion on future purchase intentions in products of high involvement under the mediating role of *brand awareness*. *European Business Review*, 26(1), 43-63.
- Soehadi, Agus W. 2005. *Effective Branding: Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat*. Bandung: Quantum Bisnis dan Management.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana, U. T., Irianto, H., & Khomah, I. 2020. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pisang “Sunpride” Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 15-26.
- Sukestiyarno, Y. L., & Agoestanto, A. 2017. Batasan prasyarat uji normalitas dan uji homogenitas pada model regresi linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168-177.
- Sukma, D. A., Indrawati, L. R., & Juliprijanto, W. 2019. Nalisis Pengaruh Tingkat Pengangguran Dan Rasio Ketergantungan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2001-2017. *Dinamic*, 1(3): 269-281.
- Sumarwan, U., Simanjuntak, M., & Yurita, Y. 2012. Persepsi Dan Preferensi Iklan Mempengaruhi Niat Beli Anak Pada Produk Makanan Ringan. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 5(2), 186-192.
- Surachman S.A. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*, Malang: Banyumedia Publishing.
- Sutrasmawati, R. E. 2016. Pengaruh *brand awareness* dan *Brand image* terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Tannady, H. 2023. Determinant Factors Purchase Decision of Tokopedia with *Brand image* as Intervening Variable. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 3(3), 694-705.
- Tariq, M., Abbas, T., Abrar, M., & Iqbal, A. 2017. EWOM and *brand awareness* impact on consumer purchase intention: mediating role of *Brand image*. *Pakistan Administrative Review*, 1(1), 84-102.
- Timpal, N. (2016). Pengaruh *Brand wareness* dan *Brand Attitude* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Siswa SMA dan SMK di Kota Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Trisna, D. 2017. Analisis perilaku konsumen terhadap pembelian produk buah lokal di pasar modern kota Palopo. *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 5(2), 23-30.

- Wicaksono, M. 2007. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jakarta: Bumi Aksara
- Yovanka, A. Y. E. S. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Skripsi.
- Yusuf, M. N. 2019. Kajian Struktur dan Distribusi Pendapatan Rumah Tangga Petani Padi di Lahan Sawah Rawan Banjir Kabupaten Ciamis.
- Zainuddin, D. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand image* terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio ekons*, 10(3), 220-227.