

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Wiwin. (2013). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang. Tersedia pada <http://jurnalupnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/view/879>, diakses pada 27 Mei 2018.
- Akbar, Ilham. (2015). Pengaruh Atribut Produk Laxadine Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Galenium Pharmasia Laboratories di Bandung. Tersedia pada <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/5720>, diakses pada 29 Mei 2018.
- AMA (2007). Definition of Brand (AMA Dictionary). Tersedia pada http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B, diakses pada 6 April 2018.
- American Marketing Association (1960). Marketing Definitions: A Glossary of Marketing Terms, Chicago, American Marketing Association.
- Anastasia, Njo. (2013). Peta Persepsi Konsumen terhadap Atribut Rumah Tangga di Surabaya. Tersedia pada https://www.researchgate.net/profile/Njo_Anastasia/publication/260593239_Consumer_Perception_Map_on_Housing_Attributes_in_Surabaya/links/00b49531a864d9272c000000/Consumer-Perception-Map-on-Housing-Attributes-in-Surabaya.pdf, diakses pada 16 Mei 2018.
- Arema Food. (2017). Wow! Pertengahan 2017, Sudah Ada 40 Kue Kekinian ala Selebritis! Tersedia pada <http://www.aremafood.com/kuliner/wow-pertengahan-2017-sudah-ada-40-kue-kekinian-ala-selebritis-mana-favoritmu/>, diakses pada tanggal 25 Februari 2018.
- Arema Food. (2017). Review Bakpia Princess Cake. Tersedia pada <http://www.aremafood.com/kuliner/tag/review-bakpia-princess-cake/>, diakses pada 11 Juni 2018.
- Assael, Henry (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th Ed. South Western College Publishing, New York.
- Bakpia Kukus. (2018). Tugu Jogja Bakpia Kukus. Tersedia pada <http://bakpiakukustugu.co.id/>, diakses pada 11 Juni 2018.
- Bakpia Patuk. (2016). Bakpia Patuk 75. Tersedia pada <http://bakpiapatuk75.blogspot.com/>, diakses pada 11 Juni 2018.
- Bakpia25. (2010). Sejarah Bakpia Pathok. Tersedia pada <http://bakpia25.com/sejarah-bakpia-pathok/article/sejarah-bakpia-pathok>, diakses pada 28 Maret 2018

- BPS. (2017). Indeks Produksi Triwulanan Industri Mikro dan Kecil (2010=100) menurut 2-digit KBLI, 2011-2017. Tersedia di <https://www.bps.go.id/dynamictable/2015/11/04/974/indeks-produksi-triwulanan-industri-mikro-dan-kecil-2010-100-menurut-2-digit-kbli-2011-2017.html>, diakses pada 20 Februari 2018.
- BPS. (2017). Indeks Produksi Industri Besar dan Sedang menurut Kode Industri 2 Digit, 2010-2017 (2010=100). Tersedia di <https://www.bps.go.id/statictable/2014/05/07/1057/indeks-produksi-industri-besar-dan-sedang-menurut-dua-digit-kode-isic-2010-2017-2010-100-.html>, diakses pada 20 Februari 2018.
- Chocolate Monggo. (2016). The First Chocolatier of Yogyakarta. Tersedia pada <http://chocolatemonggo.com/story>, diakses pada 13 Juni 2018.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler.(2014). *Business Research Methods 12th Edition*. McGraw-Hill, New York.
- Dewie, Riana. (2017). Mamahke Jogja, Tren Oleh-oleh Masa Kini yang "Jogja Banget". Tersedia pada https://www.kompasiana.com/rianadewie/mamahke-jogja-tren-oleh-oleh-masa-kini-yang-jogja-banget_591dd1e97597731b6222d7df, diakses pada 13 Juni 2018.
- Future Cast. (2017). THE SNACK HACK What you need to know about modern consumer snacking culture. Tersedia pada http://www.millennialmarketing.com/wp-content/uploads/2017/02/FutureCast_The-Snack-Hack-1.pdf, diakses pada 26 Februari 2018.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th Edition*. Pearson Prentice Hall, America.
- Huriartanto, Aditya dkk.(2015). Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat. Tersedia pada <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1141>, diakses pada 27 Mei 2018.
- Jogja Scrummy.(2017). Ingat Jogja, Ingat Jogja Scrummy. Tersedia pada <https://jogjascrummy.com/>, diakses pada 28 Maret 2018.
- Kartajaya, H & Yuswohady. (2005). *Positioning, Diferensiasi, & Brand Concepts: Strategy That Works*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kencana, Maulandy Rizky Bayu. (2018). 2018, Industri Makanan dan Minuman Bakal Tumbuh 10 Persen. Tersedia pada <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3243577/2018-industri-makanan-dan-minuman-bakal-tumbuh-10-persen>, diakses pada 20 Februari 2018.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management 11th International Edition*. Pearson Education International, United States of America.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2001). *Principles of Marketing 9th edition*. Prentice Hal, Inc., New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. Pearson Education Limited, England.
- Kurnia Sari. (2018). Bakpia Kurnia Sari.Tersedia pada <http://bakpiakurniasari.co.id/>, diakses pada 11 Juni 2018.
- Malhotra, Naresh K dan David F. Birks. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach 3rd European Edition*. Pearson Education Limited, England.
- Maurya, Upendra Kumar dan P. Mishra. (2012). What is a brand? A Perspective on Brand Meaning (versi elektronik). *European Journal of Business and Management*, 4 (3).
- Murti, Finda Mei. (2015). Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Tersedia pada <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/manajemen/article/view/182>, diakses pada 27 Mei 2018.
- Neal, Cathy M dkk. (2004). *Consumer Behaviour: Implications for Marketing Strategy*. McGraw-Hill, Australia
- Nestrud, Michael. A dan Harry T. Lawless.(2010). Perceptual Mapping of Apples and Cheeses Using Projective Mapping and Sorting (versi elektronik). *Journal of Sensory Studies*, 25 (2010) 390-405
- NPD. (2017). When snacking replaces a foodservice meal, the meal is most often lunch. Tersedia pada <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/pressreleases/2017/snack-foods-are-increasingly-consumed-at-main-meals-and-gen-zs-and-millennials-will-drive-this-trend-over-the-next-decade/>, diakses pada 26 Februari 2018.
- Ries, Al dan Jack Trout. (2001). *Positioning: The Battle For Your Mind*. McGraw Hill, New York
- Sastrowinoto, Aik. (2012). Cokelat Monggo.Tersedia pada <http://eatjogja.com/2012/12/cokelat-monggo/>, diakses pada 13 Juni 2018.
- Saunders, Mark dkk. (2016). *Research Methods for Business Students*. Pearson Education Limited, England.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley, United Kingdom.
- Setjen Pertanian. (2015). STATISTIK KONSUMSI PANGAN 2015. Tersedia pada <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/StatistikPertanian/2015/STATISTIK%20KONSUMSI%20PANGAN%202015/files/assets/basic-html/page126.html>, diakses pada 26 Februari 2018.

- Simamora, Bilson. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Gramedia, Jakarta.
- Solomon, Michael R. (2004). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 9th ed.* Pearson Addison Wesley, New Jersey.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Taroreh, Oktavianus dkk.(2015). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi pada Asuransi Jasindo Manado.Tersedia pada <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9388>, diakses pada 27 Mei 2018.