

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A., & Hidayat, R. (2023). *Peran Mediasi Kepercayaan terhadap E-Commerce Shopee pada Hubungan antara Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Aldi Achmad Taqiyyan, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.*
- Adiputri Singal, P., & Wijana Asmara Putra, I. N. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(1). <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i01.p30>
- Andrianto, F. (2019). The Influence Of Taste and Product Quality to Purchasing Decisions and Customer Satisfaction. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 106–110. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.31>
- Angraini, D., & Harwani, Y. (2020). *The Effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion of Purchasing Decisions in Sari Roti in West Jakarta*. 120(Icmeb 2019), 296–301. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200205.051>
- Anjani, K. P. D. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Warisan Eurindo Di Dalung, Kerobokan, Kedonganan. *Widya Amrita*, 1(1), 115–125. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1155>
- Anwar, M., & Andrean, D. (2021). The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 176(ICoSIAMS 2020), 78–82. <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.012>
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online Rosian Anwar 1 Wijaya Adidarma 2. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwajaya*, 14.
- Apridawaty, T. sutinah. (2020). *Bango Pangan Lestari Bantu Jaga Kesejahteraan Petani di Tengah Pandemi* Artikel ini telah diterbitkan di halaman *SINDOnews.com* pada Kamis, 27 Agustus 2020 - 08:28 WIB oleh Titi Sutinah Apridawaty dengan judul "Bango Pangan Lestari Bantu Jaga Kesejahteraan .
- Arikunto. (2020). *Metode Penelitian*.
- Ariska, W., & Putri, R. F. (2022). Analisis Perlakuan Akuntansi Atas Persediaan Barang Dagangan Pada PT Traktor Nusantara. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(2). <https://doi.org/10.54259/mudima.v2i2.395>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

- Aulia et al. (2024). Pengaruh Boikot Produk Unilever dan Lapangan Kerja Terhadap Pertumbuhan ekonomi di Indonesia Tahun (2014-2023). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(3), 198–211.
- Christian, V. &. (2014). *Essentials of Food Science*.
- Darmayanti, I. D., & Indayani, L. (2024). Pengaruh Brand Image, Cita Rasa, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Momentum Coffee di Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 11. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.43>
- Ebert, & Griffin. (2015). *Business Essentials*. Erlangga.
- Elvira Andriani Poetri, S. S. (2014). *Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan*. 7(2), 6–11.
- Fandy Tjipton. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Fayzhall, M., & Suwandi, S. (2016). Analisis Pengaruh Produk, Merek Dan Harga Terhadap Strategi Promosi Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Kecap Manis Bango. *Manajemen*, 4(1), 120–135.
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi. (2016). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*.
- Furqon, M., Rukhviyanti, N., Suharti, L., & Azhari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Lumbung Padi Indonesia (LPI) di Pasar Perumnas. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*.
- Garrow, & James. (2017). *Human Nutrition and Dietetics*.
- Ghozali. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haikal Septianto. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Idol Group Jkt48 Di Kota Semarang)*.
- Hair. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson Education.

- Hapsawati Taan. (2017). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja. In *Zahir Publishing*.
- Humam, Lestari, R., & Nurwulandari, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi penjualan, persepsi harga terhadap kepercayaan dan dampaknya pada keputusan pembelian di Qonita Property Depok. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(4), 1929–1939. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1304%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/1304/1400>
- Irvan, S. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Kecap Manis Merek Bango. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Jamaludin. (2023). *Pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek produk kecap Bango di lingkungan toko grosir pelanggan CV. Yazid Bersudara*. 6, 1560–1576.
- Kaharudin, E., Triyono, D., & Vernando, A. N. (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Website, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 1–8. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v8i2.12046>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Raghav Rao, H. (2009). Trust and satisfaction, two stepping stones for successful e-commerce relationships: A longitudinal exploration. *Information Systems Research*, 20(2), 237–257. <https://doi.org/10.1287/isre.1080.0188>
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (13th ed.)*.
- Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran (15 ed.)*.
- Kotler, & Armstrong. (2016). *Principles of Marketing (14 ed.)*.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management (14 ed.)*.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018a). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018b). *Principles of Marketing (17 ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Lau, G., & Lee, S. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market-Focused Management*.
- Lily, & Yurike. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*.
- Liu, C. H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service:

- Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.12.007>
- Lutfianisa, F., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Antara Cash On Delivery Dengan Keputusan Pembelian Di Sosial Media Facebook. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(1). <https://doi.org/10.31539/costing.v5i1.2446>
- Mahliza, F. (2020). Consumer Trust In Online Purchase Decision. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*.
- Mariyana. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Hours Coffee and More Jakarta. *Human Capital Development*, 10(3), 1–10.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Comsumer Behavior* (11 ed.). Boston: Prentice Hall.
- Mowen, & Minor. (2002). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik dalam Pemasaran*. Erlangga.
- Multriarti, R., & Silitonga, P. (2025). Analisis Pengaruh Cita Rasa , Persepsi Harga , dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Industri Kuliner. 273–284.
- Novarifah, A. H. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan Konsumen, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Eprints.Iain-Surakarta*, 1–23.
- Nurchayani, I. P., & Soejarminto, Y. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga Produk dan Promosi Penjualan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Cikarang Selatan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1090–1095. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i3.610>
- Nurhayati, & Atmaja. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*.
- Nurrahmanto, P. A., & Rahardja. (2015). Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online Bukalapak . Com. *Diponegoro Journal of Management*, 4(2), 1–12.
- Peter, B. (2017). *The Science of Cooking*.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Putri Permatasari, E., Sumarto, L., & Suharyoko, S. (2023). Analysis Of The Influence Of Store Image, Word Of Mouth (E-Wom), The Perception Of Price On Purchase Decisions Re-Food Animals. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(1), 90–100. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i1.127>

- Rahmi, & Syafitri. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Minat Beli Masyarakat Secara Online. *Al-Ijtima`i: International Journal of Government and Social Science*, 6(1). <https://doi.org/10.22373/jai.v6i1.665>
- Riduwan & Kuncoro, E. A. (2015). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Alfabeta.
- Rijal, K. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, Ulasan Produk, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Pekalongan)*.
- Rungkuti. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Sari, F. N., & Mulyani, I. D. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 3(2), 19–27. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.612>
- Sartika, D. (2021). *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Pekanbaru*.
- Sayekti, I. M. S. (2022). *Festival Jajanan Bango Mandalika 2022 Angkat Kekayaan & Kelezatan Kuliner Legendaris*.
- Schiffman. (2008). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Indeks.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Consumer Behavior*.
- Schiffman, & Kanuk. (2019). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Setiadi. (2015). *Perilaku Konsumen*.
- Setianingsih, N. : N. (2016). “Pengaruh persepsi harga, keragaman produk dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta).” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 05(01).
- Setyarini, P. F., & Tjahjaningsih, E. (2023). Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga, Inovasi Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Honda Beat Di Kota Kendal). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9658–9665. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2).
- Solomon. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*.
- Suci Wulandari, H. (2023). *Pengaruh Cita Rasa & Kualitas Produk Terhadap*

Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar Yappay Di Sungguminasa.

Sudarwanto, R. dan. (2020). *Penpengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Kepercayaan Di Marketplace Shopee.*

Sudjana, & Ibrahim. (2004). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan.*

Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis.*

Sugiyono. (2016). *Sugiyono, Metode Penelitian.*

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R\&D.*

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R\&D.*

Sujarwani, v wiratna. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif.*

Sujarweni. (2016). *Kupas tuntas penelitian akuntansi dengan SPSS.* Pustaka Baru Pers.

Sutisna. (2015). *Perilaku Konsumen.* Refika Aditama.

Thompson, M. A., & A., A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings.*

Wahidah. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori, Metode, dan Praktik.*

Yulianti, W. R. (2023). Analisis Brand Association Pada Produk Kecap Bango. *Jurnal Nuansa*, 1(3), 339.