

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- BULOG, P. (2025). *Laporan internal harga dan distribusi beras SPHP Cabang Tanjungpinang*. Perum BULOG Cabang Tanjungpinang.
- Chaniago, R. M. T., Widayanto, W., & Farida, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Asus melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 165–174. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/37254>
- Coaker, W. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. New York: Independently published.
- Fatimatuzahra, A., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Petani Padi Pupuk Bersubsidi PT.Kujang- Studi Kasus Pada (kiosk) di Wilayah Karawang Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 24–34. <https://www.jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/4455>
- Febiyanti, L., & Aqmala, D. (2022). Pengaruh E-Wom, Brand image, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 28–39. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JMDB/article/view/6165>
- Fermiana, D., & Subkhan, M. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo dengan Minat Beli sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Masyarakat Umbulharjo Yogyakarta). *JURNAL EKOBIS DEWANTARA*, 8(2), 1142–1159. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/4388>
- Firdaus, N., Mauladi, K. F., & Yaskun, M. (2024). Pengaruh Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Santri Pondok Pesantren Gadingmangu Jombang. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 4827–4842. <https://ulilalbabinstitute.co.id/index.php/J-CEKI/article/view/4903>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares – SmartPLS 4.0: Konsep, Teknik, dan Aplikasi untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Yoga Pratama.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Hanani, F., Yuliati, N., & Syah, M. A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Dan Kemasan Beras Kita Terhadap Minat Beli Ulang Masyarakat Surabaya. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(3), 3131–3136. <https://ejournal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/3387>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2024). *Principles of Marketing* (18th ed.). Harlow, UK: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Harlow, UK: Pearson Education Limited.
- Kridaningsih, A. (2023). A Study of The Role of Price, Product quality, and Brand image on Purchasing Decisions for Cosmetics Products. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 3(1), 21–25. <http://ejournalisse.com/index.php/isse/article/view/51>
- Lestari, R. D., Widayanti, S., & Wijayati, P. D. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Beras BULOG SPHP Di Kota Surabaya. *Jurnal AGROSAINS Dan TEKNOLOGI*, 10(1), 11–19. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/ftan/article/view/26775>
- Loi, F. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras Merek 888 Di UD. Sofia Kecamatan Toma. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(1). <https://www.jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/291>
- Manggala, Y. (2017). Pengaruh Gender terhadap Pengambilan Keputusan Rumah Tangga Indonesia. *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(2), 1–10. <https://journal.student.uny.ac.id/societas/article/view/12525>
- Nasional, B. P. (2025). *Rata-rata Konsumsi per Jenis Pangan Penduduk Indonesia*. https://data.badanpangan.go.id/datasetpublications/7ch/konsumsi_nasional
- Puspita, N. N., & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Bekas sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Konsumen di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 712–717. <https://journal.laaroiba.com/index.php/alkharaj/article/view/3841>
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *Journal Management and Business Review*, 6, 69–80. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/mbr/article/view/6952>
- Putri, D. F., Khaswarina, S., & Septya, F. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk,

- dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, 7(2), 158. <http://mea.unbari.ac.id/index.php/MEA/article/view/142>
- Putri, N., Hadita, H., & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Brand image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan BULOG: Studi Kasus Konsumen BULOG Di Kelurahan Sukaringin Bekasi Utara. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 137–151. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/view/3483>
- Rahmadaniah, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Gunung Garuda Di Toko H. Eman Samuda. *Surplus: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 954–962. <https://mahasiswa.jurnalprofit.org/index.php/profit/article/view/184>
- Rahmaha, R. M., & Supriyono. (2022). Pengaruh electronic word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian masker wajah Sariayu. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(2), 161–169. <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/5710>
- Rizda, S. P., Ismayantika, D. P., & Paramitha, D. A. (2024). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Ud Padi Desa Nganjuk. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 9, 80–89. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/5373>
- Rosanti, N., & Salam, K. N. (2021). The effects of brand image and product quality on purchase decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://jpabdimas.idjournal.eu/index.php/qems/article/view/360>
- Sari, A. P., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Jineng Bali Produksi Ud Tunas Jaya Kerti Di Badung. *EMAS*, 5(5), 84–96. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/9504>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). London: Pearson Education.
- Setiabudhi, H., Suwono, S., Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2025). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan (Edisi 1)*. Yogyakarta: Andi.
- Tyassari, P., Wulandari, W., & Hastuti, T. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Smartphone Merek OPPO Terhadap Keputusan

Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyagama Malang). *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 2049–2063. <https://jurnal.widyagama.ac.id/index.php/cebi/article/view/51>

Yulia, Sitorus, R., & Asista, A. (2022). Karakteristik Konsumen Beras Berdasarkan Harga dan Kelas Sosial pada Kecamatan Toboali Kabupaten Bangka Selatan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(1), 293–302. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/5541>

