

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jugiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Adhari, I. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand trust*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Adilah, P., Hasan, I., & Amran, F. (2025). Sikap dan keputusan konsumen dalam pembelian. *Jurnal AGRICENTRA*, 1(2), 134–149.
- Alam, A., Nofrizal, & Munthe, R. (2025). Pengaruh *theory of planned behavior* terhadap niat membeli asuransi kerugian dimediasi kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Mahasiswa Magister Manajemen*, 2(3), 399–405.
- Alamzah, D. (2020). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Go-jek Indonesia, dengan *brand trust* sebagai variabel *intervening* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Manajemen Universitas Brawijaya*, 167–186.
- Alvero, S. R. Z., Karsiningsih, E., & Setiawan, I. (2024). Sikap dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian buah pisang ambon dan *cavendish* di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 1641–1652.
- Andanu, O., Udin, F., & Sunarti, T. C. (2021). Strategi peningkatan kualitas produk dalam rantai pasok komoditi pisang di Provinsi Bengkulu. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 31(2), 220–231. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2021.31.2.220>
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Arafah, A. T., Budiharjo, K., & Santoso, S. I. (2023). Pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian buah merek Sunpride di Kota Semarang. *Jurnal AGROMEDIA*, 41(2), 100–114. <https://doi.org/10.47728/ag.v41i2.432>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arundana, M. E., Marwanti, S., & Adi, K. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah pisang *cavendish* di Kota Surakarta. *Jurnal AGRISTA*, 7(4), 1–12.
- Aurellia, D., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian melalui *brand trust* sebagai variabel mediasi pada produk skincare lokal. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v8i1.3054>

- Badan Pusat Statistik. (2025). Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulan. In *Badan Pusat Statistik* (Vol. 8). Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Hortikultura*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Chernyshenko, O., Stark, S., Prewett, M., Gray, A., Stilson, F., & Suttle, M. (2009). *Formative scoring of multidimensional pairwise preference personality scales using irt: empirical comparisons with other formats*. *Journal Human Performance*, 22(2).
<https://doi.org/10.1080/08959280902743303>
- Creswell, J. W. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publication, Inc.
- Chin, W.W., (2010). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dwifany, F., Wikantika, K., Sutanto, A., Ghazali, F., Lim, C., & Kamalesha, G. (2021). *Pisang Indonesia*. Bandung: ITB Press.
- Faizal, H. (2019). Pengaruh persepsi kualitas dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 309–316.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37268>
- FAO (Food Agricultural Organization). (2024). *World Banana Production Data*.
https://www.fao.org/faostat/en/#rankings/countries_by_commodity. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2025.
- Fatsecret Indonesia. (2025). *Kalori dalam Sunpride Pisang dan Fakta Gizi*.
<https://www.fatsecret.co.id/kalori-gizi/sunpride/pisang-single/100g>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2025.
- Fauziyyah, L., Rahayu, W., & Khairiyakh, R. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah pisang di kabupaten magelang. *Jurnal Agrista*, 11(3), 34–46.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Frontier. (2025). *Top Brand Index, Survei Merek Terpanjang di Dunia*.
<https://frontier.co.id/2025/07/10/top-brand-index-survei-merek-terpanjang-di-dunia/>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2025.
- Ghozali, I. & Latan, H. (2020). *Partial Least Square : Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares SmartPLS 4.0*. Semarang: Yoga Pratama.

- Great Giant Foods. (2021). *Sunpride Kembali Raih Penghargaan “Buah Bermerek Terbaik” dari IOB Ke-4 Kalinya*. <https://www.greatgiantfoods.com/id/sunpride-kembali-raih-penghargaan-buah-bermerek-terbaik-dari-iob-ke-4-kalinya/>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2025.
- Hair, J., Hult, T., & Ringle, C. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: SAGE Publication.
- Hair, J., M. Hult, G. T., M. Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Vol. 3, Issue 1). Thousand Oaks: SAGE.
- Hamdani, F., & Gerry, M. (2025). Analisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian buah pisang *cavendish* dan buah pisang kepok di kota surabaya. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 9(3), 1095–1103. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2025.009.03.19>
- Hardani, Andriani, H., Usmiaty, J., Utami, E., Istiqomah, R., Fardani, R., Sukmana, D., & Auliya, N. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). Pengaruh *brand ambassador*, *brand awareness*, *brand image*, dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian smartphone samsung di palembang (studi kasus pada masyarakat kota palembang). *Jurnal Publikasi Riste Mahasiswa MANajemen*, 3(2), 115–121.
- Hurdawaty, R., & Madaniyah, U. (2020). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Domino ’ s Pizza Lippo Karawaci Utara. *Jurnal Mandiri Ilmu Pengatahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 66–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.105>
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., & Hanika, I. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Izmi, A. N., Winarno, S. T., & Wijayati, P. D. (2023). Pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap keputusan pembelian pisang Sunpride (Studi Kasus: Supermarket Superindo Tropodo). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3204–3216. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.3439>
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Jusrawati, Fitri, A., & Kaswar, A. B. (2021). Klasifikasi tingkat kematangan buah pisang dalam ruang warna rgb menggunakan jaringan syaraf tiruan (JST). *Journal of Embedded Systems, Security and Intelligent Systems*, 2(1), 49–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/jessi>.

- Karisyawati, N. D., Suryantini, A., & Utami, A. (2019). Estimation of consumers' willingness to pay for cavendish banana using contingent valuation method in yogyakarta special region. *Jurnal AGRO EKONOMI*, 30(2). <https://doi.org/https://jurnal.ugm.ac.id/jae/article/view/48350>.
- Kementerian Pertanian. (2024). *Statistik Konsumsi Pangan Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen Edisi 15* (15th ed.). Harlow: Pearson Pretience.
- Langhe, E. De, Vrydaghs, L., & De, P. (2014). Why bananas matter: an introduction to the history of banana domestication. *Ethnobotany Research and Applications*, 165–177. <https://doi.org/10.17348/era.7.0.165-177>.
- Lapparan, I., Budiyaniti, H., & Haeruddin, M. I. (2024). Pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang (Studi Kasus pada Wirskopi 2.0 Makassar). *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 21–50. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3286>.
- Latoki, L., Marjum, Kamal, & Salim, F. U. (2023). Pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Hypermart Palu Grand Mall Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 11(1), 17–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.31970/trend.v11i1.273>.
- Lea, V. C., Noywuli, N., Goda, K. D., Mite, A. L., & Umbu, N. (2024). Effect of trichoderma sp . On fusarium wilt disease infection in banana plants in were III Village , Golewa Selatan Sub-District, Ngada District. *Jurnal Biologi Tropis*, 24(1), 442 – 449.
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh *brand image*, *brand trust*, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk smartphone. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 25(1), 89–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jfor.v25i1.12311>.
- Mega, A. R. P., Hendrarini, H., & Santoso, W. (2022). Analisis kesediaan membayar *willingnes to pay* konsumen terhadap pembelian produk sayuran melalui online market terhadap pembelian produk sayuran melalui online market sayurbox. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa GALUH*, 9(1), 362–375.
- Megasari, R., Harahap, D., Syahadat, R., Wattimema, S., Angelia, I., Prasetyo, A., Abidin, Z., Saleh, I., Sriwahyuni, I., Ratri, W., Isrianto, P., & Hati, R. (2023). *Hortikultura*. Jakarta: Widina.
- Muktianto, A., & Indriyani, V. (2022). Segmentasi tingkat kematangan buah pisang cavendish sangat matang berdasarkan warna menggunakan watershed. *Jurnal Riset Komputer*, 9(1), 148–151. <https://doi.org/https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i1.3828>.
- Mumtazah, N. Q., Setiawati, E., Fajar, H. M., & Kartika, L. (2023). Analisis minat masyarakat Banten terhadap potensi pisang *cavendish* Sunpride sebagai bentuk usaha ketahanan pangan. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 7(1), 82–89. <https://doi.org/10.30596/jasc.v7i1.14372>.

- Nampa, W., Pudjiastuti, S., Frasiska, D., Widinugraheni, S., Tay, B., Pero, Y., & Usman, F. (2025). Rantai nilai dan ancaman penyebaran penyakit baru pada agroindustri pisang di PULau Flores Provinsi NTT. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 13(2), 229–239.
- Ningsih, E. (2021). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*. Yogyakarta: IDEA Press.
- Nisa, Y., Dawud, Y., & Djohar, N. (2024). Strategi pengembangan usaha pisang cavendish pada ud istana banana di Desa Pilanggede Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 9(2), 141–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.37149/JIMDP.v9i2.1009>.
- Poerba, Y., Martini, D., Ahmad, F., Herlina, Handayani, T., & Witjaksono. (2018). *Deskripsi Pisang Koleksi Pusat Penelitian*. Jakarta: Lipi Press.
- Priccila, C., & Aulia, S. (2024). Analisis Persepsi Konsumen dan Citra Merek Belanja Online di Floralclothing. *Journal Prologia*, 8(2), 121–129.
- Puspitorini, P., Sativa, R., Hanafie, A., Nurifah, E., Julitasari, Pitaloka, Z., Faustina, D., Indriana, Budiman, E., & Prayudhi, L. (2022). *Pengantar Ilmu Pertanian*. Kalaten: Lakeisha.
- Putri, N. Y., Efni, Y., & Ediana, C. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga jual, promosi penjualan, dan lokasi penjualan terhadap minat beli buah sunpride di Cv. Madhyra Sukses Abadi. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 222–232. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v12i2.4514>
- Rachmani, N., Aprianti, A., & Cyrilla, L. (2022). Analisis perilaku konsumen usia muda di Kota Bogor dalam mengonsumsi susu dan produk olahannya di masa pandemi covid 19. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, 10(1), 15–20. <https://doi.org/10.29244/jipthp.10.1.15-20>
- Ratnakanyaka, M., Hendrarini, H., & Tondang, I. S. (2025). Consumer preferences and attitudes in purchasing *cavendish* bananas of the “sunpride” brand at Lotte Mart Pakuwon Mall Surabaya (Fishbein Multiattribute Model Approach). *Tarjih : Agribusiness Development Journal*, 5(2), 251–259.
- Sangaji, E., & Sopiah. (2016). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Sethiabudi, H., Sumowo, Setiawan, Y., & Karim, S. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing.
- Setianingsih, N., Nahdiyah, N., & Purnamasari, R. (2017). Pengaruh ekstra buah pisang dan ekstrak buah alpukat terhadap kadar kolesterol dan berat badan mencit. *Jurnal Biota*, 3(2). <https://doi.org/10.19109/Biota.v3i2.1256>
- Setyabudhi, A. L., Setyawan, D., & Alfiana, D. Y. (2019). Sistem pengelolaan data pengadaan dan transaksi penjualan pisang sunpride cabang batam menggunakan php dan mysql. *Jurnal Responsive*, 3(1), 23–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.36352/jr.v3i01.243>

- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2022). Peran citra merek dalam membangun kepuasan dan loyalitas konsumen: sebuah kajian teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3794–3807.
- Sirappa, M. P. (2021). Potensi pengembangan tanaman pisang : tinjauan syarat tumbuh dan teknik budidaya pisang dengan metode bit. *Jurnal Ilmiah Agrosaint*, 12(2), 54–65.
- Sitorus, S., Romli, N., Suanteri, N. P., Gheta, A., Wardhana, A., Nugraha, K., Hendrayani, E., Susanto, P., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *The Art Of Marketing : Branding Media Sains Indonesia*.
- Solimun, Fernandes, A., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM)*. Malang: UB Press.
- Solomon, M. (2020). *Consumer Behavior*. Harlow: Pearson Education.
- Sugiyono. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sumarwan, U. (2022). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Sunpride. (2020). *Tentang Kami*. <https://www.sunpride.co.id/tentang-kami/> Diakses pada tanggal 10 Oktober 2025.
- Suripatty, M., & Tantoly, M. (2019). Keputusan konsumen dalam pembelian buah buahan di pasar mardika Kota Ambon. *AGRILAN: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 7(3), 739–747.
- Surya, E. (2021). *Manajemen Merek*. Medan: CV. Andalan Bintang Ghonim.
- Wadi, M., Fadhilah, M., & Hutami, L. (2021). Analisis pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu specs. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 6(2), 172–181. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>.
- Wahyuni, N. luh, Noer, I., & Trisnanto, T. (2022). Sikap konsumen dalam pembelian buah pisang cavendish di pasar modern Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*, 6(2), 201–207.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in The Digital Era (Brand Trust)*. Purbalingan: Eureka Media Aksara.
- Yamin, S. (2023). *Olah Data Statistik: SMARTPLS 3, SMART PLS 4, AMOS, & STATA*. Bekasi: PT Dewangga Energi Internasional.
- Yamin, S., Kurniawan, H (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian Dengan Partial Least Sqaure Path Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yunida, R. (2020). Penngaruh *brand trust* terhadap keputusan pembelian ulang pada nutrien club herbalife rawasari. *Jurnal Intekna*, 20(2), 74-77. <https://doi.org/https://doi.org/10.31961/intekna.v20i2.1073>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima.