

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of Brand Name*. New York: Free Press.
- Aberdeen, N.I., Syamsun, M., & Najib, M. (2016). *The Effect of Brand Awareness and Image on Consumer Perceived Quality and Purchase Intension – A Study Case of Carbonated Drink Brand*. International Journal of Scientific and Research Publications, 441-446.
- Adiasih, & Brahmana, R. (2015). *Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya*. Jurnal Kinerja, 113.
- Amirudin. (2021). *Merawat Kemajemukan dalam Kuliner khas Semarang*. Retrieved from RMOLJateng: <https://www.rmoljawatengah.id/merawat-kemajemukan-dalam-kuliner-khas-semarangan/>
- Andriani, D. (2013). *Kuliner Indonesia, Potensi Masakan Nusantara di Pasar Dunia*. Retrieved from Entrepreneur: <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20130822/263/158136/kuliner-indonesia-potensi-masakan-nusantara-di-pasar-dunia/>
- Anggraeni, U. (2018). *Multikulturalisme Makanan Indonesia*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, jenjang SD.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak: <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020/>
- Beresford Research. (2022). *Age Range by Generation*. Retrieved from <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>
- Cahyani, Indra, K., & Sutrasmawati, E. (2016). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Management Analysis Journal. ISSN:2252-6552.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiastuti, Shinta, R., & Isaskar. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Hadi, S. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Brand Awereness*. 108.
- Krisnawati, D. (2016). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua*. Jurnal Manajemen Bisnis Krisna Dwaipayana. Vol. 4. No. 1.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.

Purnomohadi, E., Sumarwan, U., Saefuddin, A., & Yusuf, E. Z. (2012). *Analisis Persepsi, Perilaku Konsumsi dan Preferensi Terhadap Pangan Tradisional*. Pangan, Vol. 21 (3):297-311.

Rossiter, R., J., & Percy, L. (1998). *Advertising Communication and Promotion Management*. Singapura: McGraw-Hill.

Sempati, & Badraningsih. (2017). *Persepsi dan Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional dan Makanan Modern*.

Shimp, A., & Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.

Susanti, Ella, I., & Purwaningsih, S. M. (2015). *Lumpia Semarang pada Masa Order Baru (Lumpia Semarang sebagai Identitas Budaya Etnis Tionghoa Peranakan Semarang)*. E-journal Pendidikan Sejarah, 3(3).

Tinambunan, D. (2013). *Orang Batak Kasar - Membangun Citra dan Karakter*. Elex Media Komputindo.

Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

