

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, & Tantri. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Amin, A. M., & Jonathan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Word Of Mouth, dan Tenaga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Belting Merek Bando di UD. Jaya Bersama. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 117–127. <https://doi.org/https://doi.org/10.55583/invest.v2i2.170>
- Angga Reta, T., & Yudho Leksono, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri*, 1, 437–443. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/1682/1413>
- Ani, J., Lumanauw, B., Tampenawas, J. L. A., Merek, P. C., Dan, P., Layanan, K., Pembelian, K., Pada, K., Ani, J., Lumanauw, B., & Ratulangi, U. S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38284>
- Annisa, T. N., Sari, D. K., & Suparno, A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Word Of Mouth Pada UMKM Lela Dusun Ngroto Desa Sumogawe. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 8(1), 125–137. <https://doi.org/https://doi.org/10.32534/jike.v8i1.6343>
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(1), 85–104. <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.114>
- Diosani, I., Pramutoko, B., & Evasari, A. D. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Suasana, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Marwah Tirta & Resto 3 Kabupaten Kediri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(9), 120–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.6578/tjis.v1i9.349>

- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2015). *Nutrition for foodservice and culinary professionals* (7th ed.). John Wiley & Sons, Inc. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/download/2281/1824/6548>
- Dwiyanti, A. Y., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Coffe Shop Sudut Timur. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 605–616. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.209>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. N., & Al-Farisi, S. (2016). Analisis Pengaruh Cita Rasa , Label Halal , dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur. *AT-TAUZI' : Jurnal Ekonomi Islam*, 15. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/attauzi/article/download/17/14>
- Hendry, H., Januardin, J., & Saragih, R. B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Blibli.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia). *Journal of Management Studies and Entrepreneurship (MSEJ)*, 5(2), 5670–5679. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v5i6.6697>
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(4), 95–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jim.v17i2.34783>
- Ibadurrahman, I., & Hafid, A. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Keluarahan Sudian Raya Kota Makassar. *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.55784/jueb.v1i2.91>
- Imantoro, F. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh)* [Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/165358>
- Jannah, C., & Alhazami, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Sumber Garuda Mas. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(2), 029–045. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v1i2.361>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan

- dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 04, No. 01., 4(1). <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4261/10/RESUME.pdf>
- Kelvinia, Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Alat Kesehatan Pada PT Alexa Medika. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 11, 85–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17e ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusmaningrum, A., Ratnanto, S., & Hakimah, E. N. (2024). Analisis Peran Branding, Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UD. Seblak Goyang Lidah. *SIMANIS*, 3, 978–988. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4796>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol 7, No.1, 7(1), 90–99. <https://media.neliti.com/media/publications/261948-none-6197d51c.pdf>
- Licorice. (2020). *Indonesian Taste: the Spicier, the Better!* Licorice. <http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-taste-the-spicier-the-better/>
- Marlius, D., & Mutiara. (2022). Pengaruh Merek, Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *JURNAL ECONOMINA*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.169>
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Program Studi Manajemen UM. Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 143–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.918>
- Mutaqin, M. R., Malik, M., Rohandi, A., Ayu, S., & Mahani, E. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Transportasi Online Indrive di Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 69–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2824>
- Nastiti, D. P. A. (2021). *Pengaruh Cita Rasa, Store Atmosphere dan Celebrities*

Endorsemen Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus di Restoran Rockstar Audos, Jakarta Timur) [STIE INDONESIA (STEI) Jakarta]. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4497>

- Nurhalimah, F., Sumantri, B. A., & Leksono, P. Y. (2024). Peran Penetapan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 9, 352–362.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/5488/3906>
- Permata, G., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mekar Sari di Kabupaten Trenggalek. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 2(2), 83–102.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i2.2281>
- Priansa, D. J., & Wibowo, L. A. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasran*. Alfabeta.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90.
<https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rahayu, D. S., Subagyo, & Widodo, M. W. (2024). Peran Cita Rasa, Variasi Produk, dan Word Of Mouth Dalam Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Seblak Goyang Lidah Nganjuk). *SIMANIS*, 3, 1172–1180.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4852>
- Rahayu, T. P., Subagyo, & Widodo, M. W. (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Dengan Jaminan Rasa Aman Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7, 727–735.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/2100/1776>
- Resky, D. (2021). Pengaruh Cita Rasa, Desain dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Gelas Ale-Ale. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 2(2), 381–393.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36085/jems.v2i2.1645>
- Riduwan, M. B. A. (2022). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta.
- Sembiring, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Ayam Jogja. *Repository Medan Area*, 1–

76.

<https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18747/1/188320053> - Nopita Sembiring - Fulltext.pdf

Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Greenleaf Book Group Press.

Shalsabilla, M., Jumawan, Aulia, A. D. N., Putri, A. D., Utami, A. D., & Hadita. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bakso “Pak De Kembar” di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *IJM: Indonesian ...*, 1, 1851–1859. <https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/440%0Ahttps://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/download/440/293>

Sugiyono, D. P. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, & Kombinasi* (M. P. Dr. Rina Fadilah, Ed.; CV ALFABETA, Vol. 1). CV ALFABETA.

Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (kedua).

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.).

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Brand Management & Strategy*. Andi.

Tojiri, Y., Putra, H. S., & Faliza, N. (2023). *Buku Dasar Metodologi Penelitian: Teori, Desain, dan Analisis Data*. In M. . Tonny Yuwanda, S.E. (Ed.), Takaza Innovatix Labs (Issue January). <file:///C:/Users/USER/Downloads/BukuDasarMetodologiPenelitianTeoriDesaindanAnalisisData3.pdf>

Wijayanti, F. C., Putri, D. F., Wulandari, S., Susilowati, R. A., Nugroho, D. A., & Leswana, A. D. F. (2024). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Seblak Desa Prasmanan di Desa Bangilan , Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 3, 112–118. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/semnaslppm/article/download/23487/9451>

Wulandari, Widodasih, W. K., Satpatmantya, K., & BR, B. R. (2024). Pengaruh Media Sosial , Pelayanan , Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Seblak Prasmanan Di Kabupaten Bekasi (Studi Pada Umkm Seblak Teh Neng Di Cikarang Utara). *SEIKO :Journal of Management & Business*, 7(2), 326–339. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/6885/4615>