

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Anggraini, A. B., & Saino, S. (2021). Pengaruh Harga, Physical Evidence, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591–1599. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1591-1599>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. CV. Jakad Media Publishing.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2021). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals* (10th ed.). John Wiley & Sons Inc. <https://books.google.co.id/books?id=ZY9JEAAAQBAJ>
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Regindratama, A. (2023). PENGARUH VARIASI PRODUK DAN DISPLAY LAYOUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI TOKO SRC JUMASRI. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 710–728.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF* (1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 33–39. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938>
- Hasan, S. W., Nur, Y., & Bahasoan, S. (2023). PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROTI BAKAR YAPPAY DI SUNGGUMINASA. *Nobel Management Review*, 4(2), 131–141.
- Hikmawati, F. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN* (4th ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Ibadurrahman, I., & Hafid, A. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Kelurahan Sudian Raya Kota Makassar. *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.55784/jueb.v1i2.91>

- Ichsannudin, & Purnomo, H. (2021). *Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek*. CV. Media Sains Indonesia.
- Iffathurjannah, M. I., & Harti. (2021). Pengaruh keamanan makanan, harga dan rasa terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie Lemonilo. *Jurnal Akuntabel*, 18(2), 235–246.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ivanov, M. R. (2021). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAP KOREAN SPICY (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UIR)*. Universitas Islam Riau.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson* (Vol. 22).
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas , Word of Mouth , Dan Iklan Terhadap Keputusan. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60.
- Latief, R. (2018). *WORD OF MOUTH COMMUNICATION PENJUALAN PRODUK*. Media Sahabat Cendekia.
- Lemeshow, S., J, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Gajah Mada University Press.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Licorice. (2020). *Indonesian Taste: the Spicier, the Better!* Licorice. <http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-taste-the-spicier-the-better/>
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 143–149. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.918>
- Mutakim, I. (2022). *PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KELANTING SINGKONG YANTI DI DUSUN BARAS DESA KARANGMULYO KECAMATAN SUDIMORO KABUPATEN PACITAN*. Universitas Nasional Jakarta.
- Nastiti, D. P. A. (2021). *PENGARUH CITA RASA, STORE ATMOSPHERE DAN CELEBRITIES ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi kasus di Restoran Rockstar Audos, Jakarta Timur)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57. www.jurnal.imsi.or.id

- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL*. Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*. Penerbit KBM Indonesia.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Setiawan, I., Kustyah, E., & Maryam, S. (2022). Analisis Halal, Cita Rasa, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Edunomika*, 06(01), 1–9.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Wikipedia.org. (2023). *Seblak*. Wikipedia.Org. <https://id.wikipedia.org/wiki/Seblak#>
- Winarno, P. S. (2023). PERSPEKTIF KONSUMEN CITA RASA KULINER LOKAL TERHADAP PRODUK WARUNG BEBEK GORENG CABANG PURNAMA DI SURABAYA. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)*, 10(2), 1162–1167. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.49181>