

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arianto, A. et al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh gaya hidup dan word of mouth terhadap keputusan pembelian sepeda pada situasi Covid-19 di Kota Medan.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fatihudin, Didin. (2020) *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*
- Ferrina dewi. 2014. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: 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 (Studi Kasus Pada UD Bina Makmur Pacitan, Jawa Timur). *AT-TAUZI' : Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 131–14.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Jalilvand, Samiei. (2012.) *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 30 Iss: 4.
- Kamila, I., & Chaerudin, C. (2023). Pengaruh Lokasi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Ayam Cibojong (Survei pada Pelanggan Mie Ayam Cibojong di Kabupaten Bogor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 188-203.
- Kurniati, E. (2025). Pengaruh lokasi, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Journal of Economic, Bussiness*.
- Kotler, P. a. (2018). *Marketing Management* (15 ed.). Global Edition Person.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* .Penerbit Andi
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa

terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity: Jurnal Manajemen*, 1(2), 57-68.

Mufiyanti, E. A., & Cempena, I. B. (2024). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Tropodo.

Novitasari, D. A. et al. (2023): Meneliti pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .

Penelitian oleh Prاتمika (2023) membahas pengaruh persepsi harga, *word of mouth* (WOM), dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Restoran Mie Kiro di Kebumen. Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Prاتمika, W. P., & Parmin, P. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth (WoM), dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*.

Rachmad et al., (2022). Manajemen Pemasaran. Purbalingga: CV. Eureka Media. Aksar.

Saida Zainurossalamia. 2020. Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi. Forum. Pemuda Aswaja.

Silalahi, R. F., Rafika, M., & Halim, A. (2023). Pengaruh servicescape, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Café Richeese Factory Rantauprapat. *Journal of Economic*.

Schiffman, L., Wisenblit, J. (2019) Consumer Behavior. Twelfth edition. New Jersey: Pearson Education.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono Fandy (2020). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Penerbit Andi. Yogyakarta

Wahida Resky 2021). pengaruh word of mouth (wom) dan cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti. Institut dan Bisnis Informatika Kwik Kian Gie.

Wicaksana, S. A., et al. (2022). *Perilaku Konsumen Kunci Memenangkan Bisnis*. Jakarta: Penerbit Publishing.