

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alfiyah, S. N., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970–985. .
- Anang Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher. Yogyakarta
- Anindi, W. P. (2018). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Ariska, R. A., Et Al. (2022). Digital Marketing Channels In Micro, Small And Medium Enterprises In Surabaya City. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebare)*, 6(2), 1028–1038.
- Asnawati, A., Mustafidah, A., Sholehah, D. A. N., Indarti, D., Mulyono, T., Piluharto, B., & Muflihah, Y. M. (2022). The Permeation Of High Concentration Hydrogen Sulfide (H<sub>2</sub>S) Gas Using Ptfе (Polytetrafluoroethylene) And Pvdф (Polyvinylidene Fluoride) Membranes.
- Bennett, R. E. (2011). Formative Assessment: A Critical Review. *Assessment In Education: Principles, Policy & Practice*, 18(1), 5–25.
- Dewi Erika Sari, M. Ato'illah, & Ninik Lukiana. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ramy Parfum Refill Di Kota Lumajang. *Jobman: Journal Of Organization And Business Management*, 5(4), 63-75.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfa, W.N., Rahmawati, S., Yoshanti, G., & Lumanga, C.Z. (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil Dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- 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), 25-40.
- 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), 25-40.
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2010). *Nutrition For Foodservice And Culinary Professionals (7th Ed.)*. Hoboken, Nj: John Wiley & Sons.
- Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10.
- Firmasyah, M. F., & Hariasih, M. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Ruang Bujang Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 3(2), 11-11.
- Ghozali, Imam. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss* 25.

- Hidayati, F., Ermawati, E., & Irwanto, J. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Brand Aulia Fashion (Studi Kasus Pada Warga Kec. Padang-Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 5(1), 63-70.
- Indrayani, L., & Syarifah, H. (2020). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Restoran X Di Jakarta.
- Indriani, Dian. 2013. Peranan Job Description Dalam Memperlancar Aktivitas Kerja Karyawan Pada Pt Jasaraharja Putera Palembang. Laporan Akhir Jurusan Administrasi Bisnis. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2019): Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. (2005). The Role Played By The Broadening Of Marketing Movement In The History Of Marketing Thought. *Journal Of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114-116.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi Ke-12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Principles Of Marketing (Edisi Ke-15). Boston: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (Edisi Ke-15). Boston, Ma: Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Martinović, M. (2008). Upravljanje Marketingom (Pp. 65-0). Mate.
- Kotler, Philip Dan Ab. Susanto. 2001. Manajemen Pemasaran Indonesia, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Ningrum, A. S., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Peacockoffie, Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 164-173.
- Nugraheni, B., Rohman, A., Susidarti, R. A., & Purwanto, P. (2024). Influence Of Geographical Origin On Essential Oil Contents In Curcuma Aeruginosa Roxb. Rhizomes In Central Java, Indonesia. *Tropical Journal Of Natural Product Research*, 8(12), 9596–9602.
- Panuntun, B. D. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa. Bantul: Azyan Mitra Media.
- Ramli, A., & Andriani, A. A. (2013). The Effects Of Consumption, Private Investment, And Government Expenditures On Economic Growth In South Sulawesi, Indonesia.
- Rijqi, V. A., & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). Research Methods For Business: A Skill-Building Approach (6th Ed.). Chichester: Wiley.

- Setiadi, N.J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Stanner S, Thmpson R, & Butriss Jl. (2009). *Healthy Ageing: The Role Of Nutrition And Lifestyle*. British Nutrition Foundation. Wiley-Blackwell: Oxford.
- Sudaryono, 2016, *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Implementasi*, Penerbit : Andi. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Zulfikar, R. S., Sutikno, B., & Hastari, S. (2022). Pengaruh Promosi Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cv. Rima Jaya Di Pasuruan. *Jurnal Ema*, 7(1), 34-42.
- Zunitha, I., Pramutoko, B., & Afrianto, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Lokasi Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Jajanan Di Ud Dian Coklat Papar. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(6), 100-110.
- Zunitha, I., Pramutoko, B., & Afrianto, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Lokasi Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Jajanan Di Ud Dian Coklat Papar. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(6), 100-110.

