

DAFTAR PUSTAKA

- Ardi Isnanto, B. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Bang Raden Gerobak Kopi Bekasi Timur. *Detikproperti*, 6, 119–121.
- Arief Baehaqi, M., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Dan Keputusan Pembelian Konsumen*. 4(1), 21–33. <https://doi.org/10.32795/Widyamanajemen.V4i1>
- Assuari. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Pt. Raja Grafindo Persida.
- Astridianty, D. O., & Suharyanto, S. (2022). Citra Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Celebrity Endorser Memoderasi Iklan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 18(2), 157. <https://doi.org/10.47313/Oikonomia.V18i2.1683>
- Astuti, D. D., & Gusti, Y. K. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Cita Rasa Dan Harga Produk Supermi Di Kota Yogyakarta. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 210. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V9i1.1548>
- Aulya, D. R., & Aminah, S. (2024). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) And Brand Image On Purchasing Decisions For Gaga Instant Noodles In Surabaya City. *Formosa Journal Of Multidisciplinary Research*, 3(8), 2899–2908. <https://doi.org/10.55927/Fjmr.V3i8.10407>
- Belch, G. E., & Belch, M. (2012). *Advertising And Promotion. An Integrated Marketing Communication Perspective*. <https://www.researchgate.net/publication/46966230>
- Bertha Salsabila, C., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Iklan Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Di Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9.
- Billy, L. R., & Herwin. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna

- Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 2(3), 381–390.
- Damar, P. B. (2021). *Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie*.
- Darmawan, B., Setiadi, R., & Indriyani, A. (2024). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Vintage Oriental Cafe Brebes. *Mantap: Journal Of Management Accounting, Tax And Production*, 2(2), 840–847. <https://doi.org/10.57235/Mantap.V2i2.3413>
- Dewi, P., & Suprapti, N. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87. <https://doi.org/10.24843/Matrik:Jmbk.2018.V12.I02.P01>
- 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. <https://doi.org/10.30656/Jm.V12i1.4428>
- Elvira Andriani Poetri, S. Siahaan. (2024). *Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan*. 4(1), 6–11.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (6th Ed.). Dryden Press.
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371. <https://doi.org/10.31846/Jae.V8i3.331>
- Evasari, A. D., & Yani, A. (2021). Analisis Variasi Produk, Kemasan Dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kripik “Nadasuka.” *Revitalisasi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.32503/Revitalisasi.V10i1.1471>

- Farah, I. A., Mansur, A., & Lovita, E. (2024). The Effect Of Brand Image, Packaging, Advertising And Product Quality On Purchasing Decisions. *Research Of Business And Management*, 2(2), 77–87. <https://doi.org/10.58777/Rbm.V2i2.245>
- Firmansyah. (2023). The Effect Of Product Quality And Price Perception On Purchasing Decisions For Tango Wafers In Surabaya. *International Journal Of Social Science And Education Research Studies*, 03(07), 1376–1379. <https://doi.org/10.55677/Ijssers/V03i7y2023-28>
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Cv Budi Utama.
- Ghanim Permana Putra, & Adcharina Pratiwi. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pawon Sangit Colomadu Karanganyar. *Masman : Master Manajemen*, 2(3), 80–93. <https://doi.org/10.59603/Masman.V2i3.467>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, S. (2018). *Strategi Pemasaran Bisnis Toko Dafi' Dalam Meningkatkan Penjualan Barang Di Kota Palangka Raya Perspektif Ekonomi Syariah* [Iain Palangka Raya]. <http://iain-palangkaraya.ac.id>.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Edition). Pearson Prentice Hall.
- Handayani, F., & Arifiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Santika Kelapa Gading. *Formosa Journal Of Multidisciplinary Research*, 1(4), 931–944. <https://doi.org/10.55927/Fjmr.V1i4.923>
- Hanim, N. Li., Sunaryo, H., & Athia, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan. *E - Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.

- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *Journal Widya Ekonomika*, 64.
- Harpepen, A., Fatmawati, U., & Bengkulu, S. (2022). *Pengaruh Iklan, Diskon Dan Teman Sebaya Terhadap Impulse Buying Dalam Pembelian Produk Fashion*.
- Hartanto, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 55–63.
- Hermanto, R. (2020). *Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Colatta Pada Masyarakat Di Kota Batam*.
- Honggo, R., Agustina, T., Yunus, K., Pascasarjana, P., Teknologi, I., Bisnis, D., & Malang, A. (2023). *Total Net Sales Kopiloh*. 6, 1494–1508.
- Indrayani, & Syarifah. (2020). Pengaruh Harga, Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*.
- Jalu, B., Prima, W. ;, Restu, A. ;, Acelian, M., Yang, F.-F., Efektivitas, M., Untuk, I., Niat, M., & Konsumen, B. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen*.
- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2).
<https://doi.org/10.37673/Jmb.V4i>
- Khan, M. A. (2006). *Consumer Behavior And Advertising Management*. New Age International.
- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Solo Raya. *Creative Research Management Journal*, 4(1), 1.
<https://doi.org/10.32663/Crmj.V4i1.1827>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (15th Ed.). Pearson Publishing.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Indeks.
- Lavidge, Robert J, & Steiner, Gary A. (1961). A Model For Predictive Measurements Of Advertising Effectiveness. *Journal Of Marketing*, 25(6), 59–62. <https://doi.org/10.1177/002224296102500611>
- Mandataris, Wika Aprilia Dan. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Pekanbaru Cabang Delima*. 4(April), 340–351.
- Mantara, M. A., Telagawathi, N. L. W. S. T., & Yulianthini, N. N. (2022). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Jemba : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.52300/Jemba.V2i1.3529>
- Marketing, D. (N.D.). *Pengertian Pemasaran*. Lsp. <https://lspdigitalmarketing.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Mayasari, S., & Safina, Wan Dian. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Monroe, K. B. (2020). *Pricing : Making Profitable Decisions*. Mcgraw-Hill Pub. Co.
- Nescafe. (2023). *Nesltle*. Nescafe. <https://www.nescafe.com/id/id-id/dolce-gusto>
- Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310. <https://doi.org/10.47668/Pkwu.V12i1.1111>
- Oktaviani, T., & Suryani, T. (2020). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 33–40.

- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model Of The Antecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions. *Journal Of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Pelupessy, M. M., Turukay, E., Huwae, V. E., & Malik, J. M. (2022). Factors Influencing The Purchase Decision Of Nescafe Instant Coffee In Ambon City. *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 47–59.
- Poetri, E. A., & Siahaan, S. (2024). *Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan*.
- Pratama, R. A., & Haryono, S. (2020). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Instan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 88–96.
- Putri, E., & Gendalasari, G. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Gaga Mie. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 3(3). <https://doi.org/10.37641/Jabkes.V3i3.2361>
- Rafianti, W. A. (2024). *Pengaruh Iklan , Promo Gratis Ongkir , Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Pada Blibli Di Kebumen*. 8(4), 1382–1393.
- Rahmawati, L. O., Hariyani, D. S., & Fatmala, I. A. (2022). Desain Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Pada Erigo Indonesia 149. In *Jurnal Pro Bisnis* (Vol. 15, Issue 2).
- Ramadhan, M., Simon, Z. Z., & Zhafiraah, N. R. (2024). The Effect Of Green Marketing, Brand Image, Advertising And Price On Purchasing Decisions. *Marketing And Business Strategy*, 1(2), 93–106. <https://doi.org/10.58777/Mbs.V1i2.225>
- Ramadhan, S., & Ramli, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina. *Journal Of Fundamental Management (Jfm)*, 1(1), 125. <https://doi.org/10.22441/Jfm.V4i1.17931>

- Resky, D. (2022). Keputusan Pembelian Minuman Gelas Ale-Ale. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (Jems)*, 3(1), 38–48.
- Resky, O. & D. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Desain Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Gelas Ale-Ale Onsardi (1) Dwito Resky (2) (1)(2). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 3(1), 38–48.
- Ribek, P. K., Anggraini, N. P. N., & Kumalasari, N. K. R. (2023). *Pengaruh Iklan Televisi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Bali*.
- Rifki, M., & Gunawan, R. (2023). *The Influence Of Price Perception And Brand Image On The Purchase Decision Of Flat Shoes*. 85.
- Saputra, D. H., & Wahyuni, D. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*.
<https://www.researchgate.net/publication/348945347>
- Sari, D. P., & Wibowo, A. (2021). Engaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Riset Pemasaran*.
- Sari, F. N., & Mulyani, I. D. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. *Journal Of Economic And Management (Jecma)*, 3(2), 19–27.
<https://doi.org/10.46772/Jecma.V2i1.612>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th Ed.). Pearson Education.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *Jmb : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/Jmb.V10i1.4233>

- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*.
- Siasani, M., Noer, M., & Budiman, C. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Mengkonsumsi Kopi Instan. *Joseta Journal Of Socio-Economics On Tropical Agriculture*, 5(1), 12–17. <https://doi.org/10.25077/Joseta.V5i1.453>
- Sigit, K. N., Awan, F., & Firmansyah, A. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Paroti Di Alfamart Comal Kabupaten Pematang The Effect Of Product Quality And Taste On The Purchase Decision Of Paroti Products At Alfamart Comal, Pematang Regency. *Nusantara Hasana Journal*, 1(1), Page.
- Sinaga, E. R. Br. (2024). Pengaruh Iklan Dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Urban Kopi Kota Medan. 17(2), 44–50.
- Sitorus, A. (2020). Pengaruh Harga, Rasa, Lokasi Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Penyet Putri Dikota Medan. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 131–142. <https://doi.org/10.30606/Hirarki.V2i2.477>
- Sjahruddin, H., Qarinah, A., Razak, N., & Pascawati, P. N. S. (2022). Pengaruh Promosi Online Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Ayam Pedaging. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1037–1047.
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv. Alfabeta.
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2021). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/Jp.V5i3.1774>

- Sujarweni, V. W. (2019). *Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi Dan Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Suryani, A. N., & Gustini, S. (2023). Pembelian Konsumen Rokok Sampoerna A Mild Di Desa Bailangu. *Jurnal Ekonomika, Vol 14*(2), Hal 253-262.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan. *Journal Of Applied Business And Economics (Jabe)*, 4.
- Syarifudin, S., Sabri, S., Ramianti, R., & Hamdan, H. (2023). Pengaruh Faktor Lokasi Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Caffe Puja Sera. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 5(1), 01–10. <https://doi.org/10.55542/Juiim.V5i1.533>
- Tamaya, D., & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Harga, Dan Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Di Hasan Bakery Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 437–454.
- Tarwendah. (2017). Studi Komparasi Atribut Sensori Dan Kesadaran Merek Produk Pangan. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 5(2), 66–73.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Penerbit Andi.
- Wekas, B. J., Alvernia, P., Acelian, R. M., Mercubwana, P. U., Raya, J., Rw, R. T., & Barat, J. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen Postgraduate Program Lspr ; Jl . K . H Mas Mansyur , Kav . 35 , Jakarta Pusat 10220 Pendahuluan Saat Ini , Persaingan Di Setiap Industri Meningkat Secara Signifikan . *Jurnal Communicology*, 8(2), 267–287.
- Winarno, F. G. (2019). *Kimia Pangan Dan Gizi*. Gramedia.
- Wulandari, S. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar Yappay Di Sungguminasa. 131–141.
- Yahya, M. R., & Ambarwati, R. (2024). The Role Of Price, Taste, And Brand Image In Purchasing Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 56–68. <https://doi.org/10.36555/Almana.V8i1.2347>

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Evidence. *Journal Of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>