

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Andriani, D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan suasana resto terhadap keputusan pembelian pada café and resto sugar rush di bontang. *Administrasi Bisnis*, 8(1), 27.
- Angelika, A., & Lego, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chatime di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 31-39.
- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Arifin, A., & Setyaningrum, D. (2022). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Cita Rasa, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial (Studi Pada Konsumen Swalayan Indomaret Sragen). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 428-437.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Baskoro, D. A., & Mahmudah, F. (2021). Pengaruh Harga dan Suasana Café terhadap Keputusan Pembelian. *GARUDA (Global Research on Tourism Development and Advancement)*, 3(2), 136-162.
- Dhewanto, W., R. Indradewa., W. N. Ulfah., S. Rahmawati., G. Yoshanti, dan C. Zendry. 2015. *Manajemen inovasi untuk usaha kecil mikro*. Alfa Beta. Bandung.
- Dirgantara, R. P. A., & Mashariono, M. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng 69. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(8).
- 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.

- Fasya, D. A., & Rahwana, K. A. (2020). Pengaruh Kemasan dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mie Instan Indomie (Survei pada Mahasiswa/i Universitas Perjuangan Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 167-176.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie Setan di Kota Malang. *MBR (Management and Business Review)*, 3(2), 116-123.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi Ke 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan, I., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. GadoGado Maya. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1-17.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90-107.
- Hartini, S., & Sari, D. R. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31-42.
- Indriyani, T. W., Purwanti, I., & Lailyningsih, D. R. N. (2021). Kualitas Layanan, Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Dapur Kopi Lamongan). *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 38(2), 22-34.
- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa: Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 27-34.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management*. 15 th Edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Maksum, M., & Satrio, R. B. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Wingstop. *Jurnal ilmiah dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Maradita, F., & Susilawati, M. (2021). Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 1-14.

- Nawari, N., & Setyawati, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Tempat Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Asih Jaya Babat. *J-MACC*, 2(2).
- Pristiawan, H. E., Mariah, M., & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah. *Nobel Management Review*, 3(1), 52-63.
- Putri, M. U., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Experiential Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus konsumen McDonalds Galuh Mas-Karawang). *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 5(1), 46-53.
- Putri, NA, Safri, H., & Zufri, Z. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan, Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2 (2), 132-143.
- Putri, N. U., & Ernawati, S. (2022). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(2), 339-345.
- Sangadji, e. m., & sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saragih, MD, Pauzy, DM, & Sutriana, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian : Survei pada Konsumen Samudra Resto & Cafe Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 1 (10), 3385-3392.
- Sheth dan Mittal Banwari. 2014. *Consumer Beviar, A Manajerial Perspective, edisi kedua*. Thompson South Western. USA.
- Sugiyono, P. D. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharjono, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Pasar Lama Tanggerang. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 295-303.
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2020). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(3), 234-241.

- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Suryana, P., & Tresnawati, T. (2020). Analisis Suasana Toko, Lokasi, dan Media Sosial Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Aenk. *Oikos: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 45-57.
- Susanti, R. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Sharing Karanganyar. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 22(03)
- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian coffe shop komunal. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 9(2), 119-136.
- Wulandari, E. E. P. (2021). Pengaruh lokasi, inovasi produk, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada eleven cafe di kota bengkulu. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains. Vol*, 2(1).
- Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).
2021. Pedoman Penyusunan Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Kudus, 1-58.
- <https://travel.detik.com/cerita-perjalanan/d-5405819/rumah-makan-h-ismun-jepara-terkenal-sejak-dulu>, diakses pada 3 Februari 2023
- <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022>, diakses pada 18 Februari 2023