

DAFTAR PUSTAKA

- Aileen, E. *et al.* 2021. The Effect Of Social Media Marketing, Word Of Mouth, And Effectiveness Of Advertising On Brand Awareness And Purchase Intention On Grab Application Users Domicile Of Tangerang. *Journal of Management*, Vol. 12, No. 1: 426–441.
- Anggraeni, P. D., dan Sabrina, T. A. 2021. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Oleh-Oleh Tempat Wisata di Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol. 26, No. 2:153–160.
- Arifin, A., dan 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). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 10, No. 1:420–427.
- Armitage, C. J., dan Julie, C. 2017. *Planned Behavior The Relationship Between Human Thought And Action*. Routledge, New York.
- Aziz. 2012. *Teknik Pemasaran Modern*. Graha ilmu, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/Kapita/Minggu), 2018-2021*. Diakses dari www.bps.go.id. Pada tanggal 30 Juni 2022.
- Budiastuti, D., dan Bandur, A. 2018. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*, Binus. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Cha, S. S., dan Lee, S. H. 2021. The Influence of Ramen Selection Attributes on Consumer Purchase Intention. *Korean Journal of Food & Health Convergence*, Vol. 7, No. 4:1–11.
- Cha, S. S., dan Lyu, M. S. 2019. Influence of SNS Characteristics on the Brand Image of Infant Food Products. *International Journal of Industrial Distribution & Business*, Vol. 10, No. 8:7–15.
- Digdowniseiso. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, Jakarta Selatan.
- Djohan. 2016. *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Media Nusa Creative, Malang.

- Drummond, K. E., dan Brefere, L. M. 2021. *Nutrition For Food Service & Culinary Professionals*. Wiley, New Jersey.
- Fawzi, et al. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books, Tangerang Selatan.
- Febryanti, H., dan Hasan, F. 2022. Pengaruh Word of Mouth dan Promosi Online terhadap Minat Beli Masyarakat pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan. *Jurnal Agriscience*, Vol. 3, No. 1:164–178.
- Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish, Yogyakarta.
- Ghozali. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harahap, N., dan Lubis, S. D. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Harapan Cerdas Publisher, Medan.
- Harhazza. 2019. *Memperdayai Dan Dipercayai, Kunci Bisnis "Rumah Roti Kartini."* Diakses dari <https://ismiasj.wordpress.com>. Pada tanggal 30 Juni 2022.
- Haryono. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis & Manajemen*. PT Intermedia Personalia Utama, Jakarta.
- Haryono. 2020. *Statistika Penelitian Bisnis & Manajemen*. LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hidayat. 2017. *Bisnis Roti dan Kue Indonesia bertumbuh 10%*. Diakses dari <https://industri.kontan.co.id/>. Pada tanggal 29 Juni 2022.
- Hildayanti, S. K., dan Satriyani, I. T. 2022. Strategi Promosi Melalui Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 10, No. 14:149–158.

- Hutri, E. D., dan Yuliviona, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Pada Pengguna Sepeda Motor di Kota Padang). *E Jurnal Bung Hatta*, Vol. 20, No. 2:1-7.
- Irwansyah, R. *et al.* 2021. *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada, Bandung.
- Karnadi. 2022. *Industri Mamin Tumbuh 2,54% pada 2021*. Diakses dari <https://dataindonesia.id>. Pada tanggal 28 Juni 2022.
- Kgwatalala. 2020. Factors Influencing Consumer Purchase Intentions Of Soft Drinks: Case Study Of Spar Brands In Botswana. *International Journal of Scientific & Engineering*, Vol. 11, No. 8:31–98.
- Kharisma, L., dan Hutasuhut, S. 2019. Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagawan*, Vol. 8, No. 3:197–215.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited, United Kingdom.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks, Jakarta.
- Kunarso. 2019. *Toko Roti di Kudus*. Diakses dari <https://kudus.lokanesia.com>. Pada tanggal 29 Juni 2022.
- Kurniasari, M., dan Budiarmo, A. 2018. Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada JCO Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, Vol. 7, No. 3:1–7.
- Lange, P. A. M., Kruglanski, A.W., dan Higgins, E.T. 2012. *Handbook Of Theories Of Social Psychology*. Sage, London.
- Liswandany, F., Supriyono dan Fitriyah, Z. 2022. Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, Vol. 5, No. 2:71–80.

- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Neliwati. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori Dan Praktek)*. CV Widya Puspita, Medan.
- Oktavia. 2019. Studi Komparatif Mengenai Word of Mouth Dan Minat Beli Pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy Dan Pempek Vico Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 1:49–73.
- Paramita, R.W.D., Rizal, N. dan Sulistya, R.B. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press, Lumajang.
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., dan Bharata, W. 2021. Pengaruh WOM (Word of Mouth), Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1: 61–72.
- Prabowo. 2020. Analisa Perilaku Konsumen Jasa Katering Untuk Keperluan Pesta Di Surabaya. *Jurnal Analisa, Predeksi Dan Informasi*, Vol. 20, No. 1:69–90.
- Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia, Bandung.
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta, Bandung.
- Primandaru. 2021. Analysis Of The Effect Of Legendary Taste On Buying Interest At Purnama Coffee Shop Bandung City. *International Journal of Economics, Business and Accounting Resesarch (IJEBAR)*. Vol. 5, No. 4:1130–1140.
- PT Nestlé Indonesia. 2020. *Manfaat Nutrisi dari Roti*. Diakses dari <https://sahabatnestle.co.id>. Pada tanggal 28 Juni 2022.
- Putri, M. U., dan Sudrajat, A. 2021. Pengaruh cita rasa dan experiential marketing terhadap keputusan pembelian (Studi kasus konsumen McDonald's Galuh Mas-Karawang). *Jurnal Humaniora*, Vol. 5, No. 1:46–53.

- Qi, X., dan Kuik, S. 2022. Effect of Word-of-Mouth Communication and Consumers' Purchase Decisions for Remanufactured Products: An Exploratory Study. *Sustainability (Switzerland)*, Vol. 14, No. 10:1–13.
- Quan. 2021. The Impact Of Senses On Purchasing Decisions : Research On F & B Products At Service Points. *Journal Of Trade Science*, Vol. 9, No. 4:60–71.
- Quevoz. 2022. 5 Lokasi Toko Roti Kudus Terenak. Diakses dari <https://www.terdekatku.com>. Pada tanggal 3 Juli 2022.
- Rating Google. 2022. Rating Toko Roti di Kabupaten Kudus Per Oktober 2022. Diakses dari <https://www.google.com>. Pada tanggal 18 Oktober 2022.
- Riyanto, I., Fuadi., dan Amalia, Q. N. 2021. Pengaruh Persepsi Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Mas Mahkota Indah Serang). *Jurnal Ekonomi Dan Publik*, Vol. 17, No. 2:31–43.
- Sani, A. dan Vivin, M. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. Uin Press, Malang.
- Sari, I., Idris, M. and D, S. 2020. Pengaruh Akun Bisnis Media Sosial Instagram, Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Homemade Di Kota Makassar, *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1:105–122.
- Satriadi et al. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru, Yogyakarta.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. 2014. *Perilaku Konsumen*. PT Indeks, Jakarta.
- Schiffman, L. G., dan Wisenblit, J. 2015. *Consumer Behavior*. Pearson Education, USA.
- Sernovitz. 2012. *Word Of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. Greenleaf Book Group Press, Austin.
- Setiawan. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.3, No. 3:59–65.

- Setiawan, I., Kustyah, E. dan Maryam, S. 2022. Analisis Halal, Cita Rasa, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Arabians Kebab Di Ums Surakarta), *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol. 6, No. 1:1–9.
- Setiyaningrum. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sihombing. 2019. *Pemasaran dan Manajemen Pasar, Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen*. Budi Utama, Yogyakarta..
- Syahza. 2021. *Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*. Unri Press, Pekanbaru.
- Tee, J., Erdiansyah, R., dan Aulia, S. 2020. Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia. *Prologia*, Vol. 4, No. 1:18–24.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wayansari, L., Anwar, I. Z., dan Amri, Z. 2018. *Manajemen Sistem Penyelenggaraan Makanan Institusi*. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan, Jakarta Selatan.
- Witono. 2014. *Teknologi Flavour Alami*. Pustaka Radja, Surabaya.
- _____.2021. Pedoman Penyusunan Skripsi, Program Studi Manajemen Tahun 2021, FEB Universitas Muria Kudus.