

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Agung, A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed.). CV. Noah Aletheia: Bali.
- Ahmady, A. C. N., & Wardhani, N. I. K. (2022). Citra Merek, Inovasi Produk pada Minat Beli Ulang Es Krim di Sidoarjo. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 1118–1125. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i2.1382>
- Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser pada Promo dan Aqua Terhadap Minat Beli AMDK Aqua Dengan Citra MMerek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 di Jawa Tengah dan DIY). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–14.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anggrainie, N., Andi Lana Arifainab, & Tri Damayanti. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruh Minat Beli Ulang Konsumen Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Makanan Cepat Saji Mcdonald'S. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 19–28. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.69>
- Anwar, E. dkk. (2024). *Manajemen Perbankan Syariah* (Rihfenti Ernayani (ed.)). Yayasan Cendika Mulia Mandiri.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ariwangsa, I. G. N. O., Lasmi, N. W., & Darma, I. M. R. A. (2023). Pengaruh E-Wom, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 5(2), 214–222. <https://doi.org/10.35829/econbank.v5i2.317>
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran*. LD Media.
- Asriah Immawati, S. (2019). Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Kesadaran Merek Dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 1(5), 487–495.
- Assidiki, Z., & Budiman, A. N. (2023). The Influence of Price, Promotion, Product Quality, and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions of HAUS! *Research of Business and Management*, 1(1), 21–31.

- Astuti, M. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Bakhtiar, A., Ningsih, N. R., & Sari, N. M. (2021). Impact of brand image, Halal status, and government certification on purchasing decisions for food and beverages. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1806–1813. <https://doi.org/10.46254/sa02.20210650>
- Budi, P. V. D. S. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Minat Beli Ulang*. Media Pustaka Indo.
- Darmanah, G. (2019). *Metodologi Penelitian*. C.V Hira Tech.
- Databoks.katadata.co.id. (2023). *Industri Makanan dan Minuman Nasional Mulai Bangkit dari Pandemi Covid-19*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>
- Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2019). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2019, 2016*, 711.
- Effendy, T. L., & Tamburian, H. H. D. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan di Instagram terhadap Minat Beli Produk di Cafe Janji Jiwa Jalan Dempo Palembang. *Kiwari*, 1(3), 435–442. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i3.15761>
- Emmywati, & Zainul Abidin, M. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum Di Wilayah Surabaya Timur*. 1–8.
- Erizqianova, Kholilah, Cahyaningtiyas, D., Prihati, M., & Indriyani, T. (2023). Peranan Jus Alpukat Dan Kurma Sebagai Booster Asi Pada Ibu Hamil Dan Menyusui Di Tpm N Jakarta Barat. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 5(4), 1317–1322. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPM>
- Fadin, F. N. R. (2024). The Influence of Packaging and Price on Consumer Buying Interest in Contemporary Beverage Products through Attitude as a Variable. *Jurnal Economic Resource*, 7(1), 11–19. <https://doi.org/10.57178/jer.v7i1.770>
- Fathoni, M. A. (2022). *Perilaku Konsumen Muslim dalam Pembelian Makanan Melalui Platform Digital di Indonesia*. PT Pena Persada Kerta Utama.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. CV. Penerbit QiaraMedia.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural (Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24)* (07 ed.).
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *Performa*, 5(4), 303–310. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1785>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.
- Hani, R., & Sari, D. P. (2023). Pengaruh Harga Diskon dan Promosi terhadap Meningkatnya Jumlah Daya Tarik Pelanggan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(2), 2499–2515.
- Hartono, B. (2021). *Ekonomi Bisnis Peternakan*. UB Press.
- Hawa, S. D. (2024). *Strategi Pemasaran dan Hubungan Pelanggan*. Wawasan Ilmu.
- Heri, H., & Tavip Junaedi, A. (2022). Product Innovativeness From Customer'S Perspective and Ads Attraction To Purchase Intention Mediated By Customer Satisfaction. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 204(2), 204–213.
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudean Di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonom*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Immawati, S. A. (2019). Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Kesadaran Merek Dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 1(5), 487–495. <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Indra, M. R. (2022). *Perintah menjaga Makanan dan Minuman dalam Al-Qur'an dan Relevansinya dengan Pola Hidup Sehat (Studi Tematik)*. 001, 3.
- Italia, & Islamuddin. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Merek Nokia. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis Ijurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 1–13.
- Jacob, A. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA*, 6(2), 988–997.
- Kasman, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inconnet (Studi Kasus Perumahan Sidomulyo Pekanbaru). *Jotika Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.56445/jme.v2i2.71>
- Kasmir. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis*. PT Kharisma Putra Utama.
- Kemenkeu.go.id. (2022). *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomallut/baca->

artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html

Kemenparekraf.go.id. (2024). *Expert Survey: Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tumbuh pada 2024*.

Kurniawan, A., Bai'ul Hak, M., Hidayat, A. A., Fadlli, M. D., Wafik, A. Z., Perindustrian, D., Ntb, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Ntb Mall. *Muslimpreneur*, 3(1), 66–82.

Kusumawardhani, R., Kurniawan, I. S., & Ningrum, N. K. (2020). Pelatihan Pemasaran Digital dan Manajemen Usaha Untuk Akselerasi Kinerja UKM Pengrajin Bambu di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 11–17. <https://doi.org/10.30653/002.202051.306>

Maffiro, D. M. A., Hamdun, E. K., & Fandiyanto, R. (2023). Lifestyle Dan Word of Mouth Dalam Membentuk Minat Beli Ulang Dalam Penggunaan E-Wallet Dana Pada Bisnis Makanan Dan Minuman Di Toko Mixue Situbondo Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(3), 378. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i3.3122>

Makaminang, F. M., Mananeke, L., & Tampenawas, J. L. . (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Belk Make Up Korea Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 400. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.39671>

Manglo, B. S. (2021). Daya Tarik Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea Di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 4(1), 104–113.

Marselia, S., Aisyah Nur Rismayanti, Khalid Iskandar, Indah Dewi Mulyani, & Nur Afridah. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek, Serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Toko Virdasari Desa Sitanggal Kabupaten Brebes. *CiDEA Journal*, 2(2), 160–178. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1369>

Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Technobiz*, 4(2), 62–69.

Masluhkah, Y. L., & Putra, M. H. R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inovasi Susu Kedelai. *Jurnal Ekuivalensi*, 7(2), 235–249. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v7i2.578>

More, K., Djuang, G., Augustin, M., & Amaral, L. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Masyarakat Pada Toko Emas Gemilang Oeba Kota Kupang. *Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19: Membaca Peluang Dan*

Tantangan, September, 264–280.

Munandar, D. (2022). *Digital Marketing*. Cipta Media Nusantara.

Oktaviani, S., Putri, A. D., & Handayani, M. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada). *SMART :Strategy of Management and Accounting Trough Research and Technlogy*, 2(1), 37–45.

Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.

Poerwanto, P., & Shambodo, Y. (2020). Revolusi Industri 4.0: Googelisasi Industri Pariwisata dan Industri Kreatif. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.16956>

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *Online Internasional & Nasional*, 1(3), 171–181.

Qadrina, S., Suadi Sapta Putra, & Kumba Digdowiseiso. (2023). The Influence of Price Perception, Product Quality, and Promotions on Consumer Purchasing Decisions for Boba Drinks in Aus Business in Bangka, Pela Mampang, South Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8996–9005. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Rahmatillah, A., Sari, R., & Triana, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Esteh Indonesia Di Kota Padang. *Journal of Socio Economics on Tropical Agriculture (Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Tropis) (JOSETA)*, 5(2), 63–70. <https://doi.org/10.25077/joseta.v5i2.462>

Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>

Riki, Kremer, H., Suratman, Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafetaria*, 4(1), 98–105.

Rohman, I. Z. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. *Manajemen Dewantara*, 6(1), 53–60. <https://doi.org/10.26460/md.v6i1.11846>

Safitri, A. N. (2020). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>

- Saputra, M., Fadila, K., Sari, N., & Rafli, A. (2023). Tren Keputusan Pembelian Konsumen Studi Pada Cafe dan Resto Sehat. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat 2023*, 105–113.
- Saraswati, L., Gede, A., & Setiawan, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Minuman Chatime Di Kota Gianyar. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Sains Vol. 3 No. 1, April 2022 : 18-23*, 3(1), 18–23. <https://doi.org/10.2876/ipds.v3i1.331>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Setyowirasti, A. (2020). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Efektivitas Iklan, Brand Equity (Studi pada Sabun LUX di Area Semarang). *Journal of Australian Studies*, 8(15), 25–38. <https://doi.org/10.1080/14443058409386892>
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Silaban, S. E., Elisabeth, E., & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (Kfc) Simpang Mataram Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 5(2), 209–228. <https://doi.org/10.54367/jrak.v5i2.534>
- Siti Marselia, Aisyah Nur Rismayanti, Khalid Iskandar, Indah Dewi Mulyani, & Nur Afridah. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek, Serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Toko Virdasari Desa Sitanggal Kabupaten Brebes. *CiDEA Journal*, 2(2), 160–178. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1369>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,CV.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,CV.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Suminar. (2024). PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA RM. ASSTRO (Asep Stoberi) Garut. *ANALYSIS: Accounting, Management, Economics, and Business*, 2(2), 2985–492.

- Sunarjo, W. A. (2024). *Buku Ajar Manajemen Inovasi*. PT Sasya Expanding Management.
- Sunyoto, L. I., & Dewantara, Y. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang di Union Deli Grand Indonesia. *Jurnal FAME: Journal Food and Beverage, Product, and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(2), 1–7.
- Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Literasi Ekonomi, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Guru Sma Negeri Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 501–515. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.454>
- Suryani, T. (2019). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Suryawijaya, H., & Rusdi, F. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat). *Prologia*, 5(1), 60. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8111>
- Tanuwijaya, W., Tandrayuwana, S., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Generasi Z Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 50–58. <https://doi.org/10.9744/jmp.8.1.50-58>
- Thomas. (2019). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.
- Tirtayasa, S. (2024). *Manajemen Pemasaran dalam Memoderasi Minat Beli Mobil Listrik*. Umsu Press.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. CV Andi.
- Trends.google.co.id. (2024). *Google Trend (Minuman Sehat)*. [https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today5-y&geo=ID&q=Minuman Sehat&hl=id](https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today5-y&geo=ID&q=Minuman%20Sehat&hl=id)
- Umayyah, R., & Zulfa, M. (2021). Peran Labelisasi Halal Dan Daya Tarik Iklan Dalam Membangun Minat Beli Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Pemediasi. *Ekobis*, 22(1), 45–58.
- Varshney, S., & Aulia, S. (2019). The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision with Reference to Consumer Durable Goods in Oman. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 5(12), 11–19. <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0512002>
- Victor Kamanda, S., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2393–2399.
- Wardana, M. A. (2023). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Penerbit Intelektual

Manifes Media.

- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. (2021). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, 5(1), 10–26. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.871>
- Wibowo, A. (2020). *Kombucha: Sejarah, Manfaat, dan Cara Membuat*. Pustaka Baru Press.
- Widyana, N. A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 91. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i1.1868>
- Wijaya, R. (2022). *Mengulik Bisnis Transmart Carrefour*. Pustaka Peradaban.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.32635/mt.2022.25431>
- Witono, A. (2023). *Fragmentasi Komunikasi*. Unimas Press.
- Yamini, E. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Spontan. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 882–888. <https://doi.org/10.34135/jim.v1i4.1986>
- Yoga Adiyanto. (2023). The Influence Of Food And Beverage Product Marketing On Consumer Purchasing Interest (Case Study Of Eight-Mart & Canteen In Serang City). *Brilliant International Journal Of Management And Tourism*, 3(3), 160–172. <https://doi.org/10.55606/bijmt.v3i3.2428>
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business*, 5(1), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Zhang, J. A., & Utami, C. W. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Elly Bakery. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 8(5), 559–570.
- Zunan Setiawan, S. dkk. (2024). *Strategi Pengembangan Produk* (Erfina Rianty (ed.)). PT Green Pustaka Indonesia.