

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, F. (2019). The Influence Of Taste and Product Quality to Purchasing Decisions and Customer Satisfaction. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 106–110. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.31>
- Arif, M. E. (2019). the Influence of Electronic Word of Mouth (Ewom), Brand Image, and Price on Re-Purchase Intention of Airline Customers. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(2), 345–356. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.02.18>
- Aurelia, U., Titing, A. S., & Stiadi, M. (2023). Taste And Promotion On Purchasing Decisions For Chocolaka Drink Products. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 162–169. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i6.348>
- Dewi, L. K. C., & Utama, G. B. R. (2022). *Pemasaran Kreatif Untuk Segala Bisnis*. Deepublish.
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2021). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals* (Tenth Edit). John Wiley & Sons, Inc.
- Fauzi, R. U. A., Permata, Z. I. D., & Setiawan, H. (2023). The Influence Of Taste And Product Variance On Purchase Decision Of Mie Gacoan Madiun. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science AJMESC*, 03(03), 1072–1088. <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc%0Ahttps://doaj.org/article/a0ca661e90a54f50927eb9604f58f4e2>
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi). In *Pascal Books*. Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Febry, T., & Teofilus. (2020). *SPSS: Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Media Sains Indonesia.
- Gunawan, M., Yusnita, R. T., & Lestari, S. P. (2022). Minat Beli Ulang Produk Starbucks Ditinjau dari Cita Rasa dan Persepsi Harga (Survei pada Konsumen Starbucks di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 204–207.
- Hanisa, S., & Hardini, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Iklan, dan Word of Mouth terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan Pada Kfc Di Margonda, Depok. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 16(1), 68–82. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v16i1.1012>

- Herman, H., Jayadi, I., Wahyu, A., Sumantoro, H., & Naufa, H. Al. (2022). The Effect of Price , Taste on People' s Purchasing Interest in Batam Street Food. *Enrichment : Journal of Management*, 12(5), 4484–4489.
- Hermanto, M. T., & Indriyanti, I. S. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Word-of-Mouth Intention Pada Pelanggan Sushi TEI di DKI Jakarta. *E-Jurnal Manajemen TSM*, 2(3), 91–106.
- Indrasari, M. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- 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), 27–34. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/1301>
- Jusuf, E. (2023). *Strategi Pemasaran Berbasis Digital (Teori dan Praktik)*. Cipta Media Nusantara.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Exploring the relationship between satisfaction, trust and switching intention, repurchase intention in the context of Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 69(September 2016), 41–48. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.015>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Messa, S. B., & Yahya. (2022). Pengaruh Cita Rasa terhadap Minat Beli Ulang pada Dapur Lamongan Tolitoli. *Economics And Business Management Journal*, 1(2), 139–160.
- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Lab kom Manajemen FE UUB.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Semburing, R. S. R., Abdurohim, & Islam, D. (2023). *Prinsip Manajemen Pemasaran Analisis dan Strategi di Era Digital*. Eureka Media Aksara.
- Purnomo, A. N., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bbq Mountain Boys Burger Bandung. *E-Proceeding of Management*, 9(1), 36–42.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada Bandung.

- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. S., Mulyati, A. M. U., Hadawiah, Sari, Y. P., Sukrin, Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2022). *Komunikasi Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmad, Y. A., Setiawan, Z., Purwoko, Nora, L., Syamil, A., Risdwiyanto, A., Muzinu, M., & Manaf, P. A. (2023). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Studi Kasus)*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Riorini, S. V. (2021). *Manajemen Pemasaran (Saat Ini dan Masa Depan)*. Anggota IKAPI.
- Riyoko, S. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Markumi.
- Rukmar, L. P., & Firmansyah, A. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mixue Ice Cream. *Jurnal JEBS Volume*, 2(1), 72–79.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Supardi. (2018). Kewirausahaan Kreatif Citarasa Keputusan Konsumen Pembelian Produk (Studi Kasus Yoghurt Jellydelly Bandung). *Jurnal Cano Ekonomos*, 7(3), 5–16.
- Tania, T., Rayhaan, M. F., & Pasaribu, L. H. (2021). The Effect Of Perceived Service Quality, Word Of Mouth And Price Quality On Repurchase Intention And Customer Satisfaction On Instagramable Restaurant In Jakarta Utara. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 808–815.
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Pustaka Setia.
- Wijaya, D. S., & Djawoto. (2019). Pengaruh Harga, Word Of Mouth dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Melalui Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(1), 1–20.
- Yasin, A. A., & Achmad, G. N. (2021). Influence of Word of Mouth and Product Quality on Purchase Decisions and Repurchasing Interest. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 5(2), 410–419.