

REFERENCES

- Adi, N. R. M., Ramadhan, M. R. I., Aristawati, T., & Pratama, S. A. (2022). *previous research 2*.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *10624-33580-1-PB*.
- Anindiawati, A., & Lida, U. M. (2023). Pengaruh Product Quality, Price, Promotion dan Packaging terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife. *Index JEBISKU, 1*(4). <http://jim.ac.id/index.php/JEBISKU/>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021a). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021b). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aziz, A. (2022). Pengaruh fitur dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi (studi kasus pada komunitas facebook mi fans karawang). *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 9*(2), 53 - 60. <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.347>
- Bahi, H., Pratikto, H., & Dhewi, T.S. (2020). The impact of e-wom and advertising on purchase decision si.se.sa syar'i clothes with brand awareness as an intervening variable (a study on si.se.sa fashion consumers). *International Journal of Business, Economics and Law, 23*(1), 255-261
- Barella, Y., Fergina, A., Mustami, M. K., Rahman, U., & Alajaili, H. M. A. (2024). Quantitative Methods in Scientific Research. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora, 15*(1), 281. <https://doi.org/10.26418/j-psh.v15i1.71528>
- Beno, J., Silen, A. P., & Yanti, M. (2022). *definisi data primer*.
- Bordewijk, M., & Schifferstein, H. N. (2020). The specifics of food design: Insights from professional design practice. *International Journal of Food Design, 4*(2), 101-138.
- Buchori, B. (2021). WORDS OF MOUTH (WOM) SEBAGAI PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN (SEBUAH STUDI LITERATUR). *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi, 18*(2), 159. <https://doi.org/10.31315/BE.V18I2.5635>
- Darmawan, D., & Grenier, E. (2021). Competitive advantage and service marketing mix. *Journal of Social Science Studies (JOS3), 1*(2), 75-80.
- Devi, A. C., Candra, A., Universitas, D., Perjuangan, B., Uus, K., Fadli, M. D., Buana, U., & Karawang, P. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR), 1*(5), 113–123. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>

- Fajar, M. R., Suhud, U., & Febrilia, I. (2023). Analisis Variabel-Variabel Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pameran Sepatu Jakarta Sneakers Day. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1249–1270. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i5.602>
- Fatmala, I. A. & Bahari, F. A. (2024). Pengaruh store atmosphere, variasi produk, e-wom terhadap keputusan pembelian produk food court kota madiun, *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(2), 264-277
- Fitriany, N., & Ariyanti, M. (2024). The influence of electronic service quality, sales promotion, and product variation on purchase decisions and satisfaction: a study on BUKALAPAK. *International Journal of Current Science Research and Review*, 7(02), 1256-1261.
- Guiné, R. P., Florença, S. G., Barroca, M. J., & Anjos, O. (2020). The link between the consumer and the innovations in food product development. *Foods*, 9(9), 1317.
- Hairani, Innuddin, M., Rachman, D. F., Fathoni, A., & Hadi, S. (2023). SOSIALISASI INTERNET SEHAT, CERDAS, KREATIF DAN PRODUKTIF PADA MASYARAKAT KALIJAGA BARU. In *Valid Jurnal Pengabdian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram* (Vol. 1, Issue 3).
- Hanaysha, J. R., Al Shaikh, M. E., & Alzoubi, H. M. (2021). Importance of marketing mix elements in determining consumer purchase decision in the retail market. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)*, 12(6), 56-72.
- Hunziker, S., & Blankenagel, M. (2024). *Research Design in Business and Management* - Google Books. https://www.google.co.id/books/edition/Research_Design_in_Business_and_Management/aDvsEAAAQBAJ?hl=ban&gbpv=0&kptab=overview
- Indri, F. Z., & Putra, G. H. (2022). *1-17+PENGARUH+UKURAN+PERUSAHAAN+DAN+KONSENTRASI+PASAR+TERHADAP+KUALITAS+LAPORAN+KEUANGAN+PADA+PERUSAHAAN*.
- Ismail, S. (2022). *1573-Article Text-4325-2-10-20220421*.
- Jain, R., Jain, S., & Jain, S. (2022). Analyzing and exploring the effectiveness of each element of 7Ps of marketing mix. *International Journal of All Research Education and Scientific Methods (IJARESM)*, 10(1), 2455-6211.
- Jasmalinda. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOTOR YAMAHA DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN*.
- Kango, U., Astuti, W., & Firdiansjah, A. (2020). Analysis of the description of experiential marketing, store atmosphere and local retail customer satisfaction of

gorontalo city, indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (IJASRE)*, 6(12), 159-167.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kristiawan, T. A., & Keni, K. (2020). *PENGARUH PACKAGING SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ELEC*.
- Kumbara, V. B. (2021). *definisi purchase decision 2*.
- Kusumadewi, R. N., & Rahmayani, M. W. (2022). *PENGARUH STRATEGI BISNIS DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI MAKANAN DI KECAMATAN JATITUJUH*.
- Kusumastuti, S., Istiatin, & Sudarwati. (2022). Keputusan pembelian ditinjau dari brand trust, brand awareness dan word of mouth. In *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* (Vol. 19, Issue 3).
- Lawrence, F. P. (2023). *Research Methodology Group UOPX Research Community Causal-Comparative Research*.
- Lestari, S. S., & Arif, M. (2020). *Positive Word of Mouth (WoM) Sebagai Komunikasi Pemasaran Universitas Abdurrah Pekanbaru Saat Pandemi Covid-19*. 2(1).
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). *134-Article Text-725-1-10-20220628*.
- Manurung, S. P. (2023). *(PDF) Book Chapter 17 - BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND EQUITY*. https://www.researchgate.net/publication/373871262_Book_Chapter_17_-_BRAND_IMAGE_BRAND_AWARENESS_DAN_BRAND_EQUITY
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2021). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Masdaini, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang Buying Decision Analysis on Nilang Coffee Shop Consumers. In *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi* (Vol. 2, Issue 1). Online. <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Mashadi, & Munawar, A. (2021). *1+-+JADKES+2021+Vol+2+No+1+Mashadi+Aang (1)*.
- Miranda, S. G. (2021). Pengaruh store atmosphere dan word of mouth promotion terhadap keputusan pembelian pada cafe kopi pedalaman jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(4), 189-200. <https://doi.org/10.22437/jdm.v9i4.24956>

- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. (2021). *def operasional variabel*.
- Nasir, & Sukmawati. (2023). *Analysis of Research Data Quantitative and Qualitative* (Vol. 7, Issue 1).
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). PENGARUH KEMASAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2(1), 77–87. <https://doi.org/10.61567/JMMIB.V2I1.37>
- Permata, M., Kurniawan, B., & Setyorini, N. (2023). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Pada Marketplace Tokopedia. *Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 2(2), 16–23. <https://journal2.upgris.ac.id/index.php/jibeka>
- Prasetya, C. H. A., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN SERTA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 15, Issue 2).
- Prasetyo, D. S. et al. (2024). The influence of product design and product variation on purchasing decisions at distro kiddrock arjawinangun. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(3), 5836-5858
- Pratiwi, A. E., Listyawati, L., & Asnawi, A. (2024). Pengaruh variasi produk dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian di miniso surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 351 - 364. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sab/article/view/7304>
- Purbohastuti, A. W. (2021). EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).
- Putra, E. A., & Budiono, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan di Es Teh Indonesia Bintaro. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 2033.
- Putra, Q. E., Tarigan, Z. J. H., MM, D., br Sitepu, R., & Singh, D. S. K. (2020). *The impact of marketing mix on the consumer purchase decision in the Surabaya-Indonesia hotel residence (Doctoral dissertation, EDP Sciences)*.
- Rahayu, W. I., & Shafina, M. R. (2022). Program Studi D4 Teknik Informatika 123 Politeknik Pos Indonesia 123. In *Jurnal Teknik Informatika* (Vol. 14, Issue 3).
- Ramadhani, A. A. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dalam Pengelolaan Event Public Relations melalui Platform Digital: Studi Kasus pada PT. Pilihanmu Indonesia Jaya*. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>

- Rifani, R. A., Aryanti, S., & Syamsuriani, S. (2023). Pengaruh Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Livestream Tiktok Shop). *Amsir Management Journal*, 3(2), 100–114. <https://doi.org/10.56341/amj.v3i2.204>
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 05(03).
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Sampara, N. (2022). PENGARUH KEMASAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ROTI MANTAO (SINAR TERANG) KOTA MADYA PAREPARE THE EFFECT OF PACKAGING, PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS ON MANTAO BREAD PRODUCTS (SINAR TERANG) CITY OF MADYA PAREPARE. *Kota Madya Parepare*, 2(3), 129–135.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. Moh., & Titaley, H. D. (2021). *615-Article Text-3242-1-10-20210708*.
- Sanny, B. I., & Dewi, R. K. (2020). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017*. 4(1), 78–87. <https://doi.org/10.37339/jurnal>
- Sari, R. P., Anam, K., Sivi, N. A., & Iskandar, I. (2023). MULTIPLE LINEAR REGRESSION ANALYSIS ON THE EFFECT OF EXPORTS AND IMPORTS ON INDONESIA'S FOREIGN EXCHANGE RESERVE 2005-2021. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, 10(2), 1. <https://doi.org/10.26714/jsunimus.10.2.2022.1-12>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration*, 1(1), 37–48. <https://doi.org/10.31963/JBA.V1I1.2678>
- Septiani, C., & Syaifullah, S. (2023). Pengaruh store atmosphere, varian produk dan word of mouth (wom) terhadap keputusan pembelian pada hear coffee batam. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 80-88. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v11i1.796>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Setiawati. (2021). *308-Article Text-815-1-10-20201220*.

- Sihombing, P., Tobing, F. B., & Malau, M. (2021). Pengaruh fitur produk, jangkauan jaringan, dan harga, terhadap keputusan pembelian paket internet telkomsel warga di lintong nihuta the influence of product features, network reach, and price, on the purchase decision of residents' internet packages in lintong nihuta. *Fundamental Management Journal*, 6(2), 101-125
- Slamet, S., Prasetyo, B. P. W., & Azmala, I. (2022). The impact of electronic word of mouth and brand image on online purchase decisions moderated by price discount. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 139-148.
- Suciawan, C. (2022). *PENGARUH+BRAND+AWARENESS+DAN+BRAND+TRUST+TERHADAP+NIAT+BELI+KONSUMEN+BATICUE*.
- Sudarmin. (2023). Pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk ms glow. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 310–316.
- Susanti, Mulyono, H. and Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh ketersediaan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada pt sumber perintis jaya dolok masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 169–178. doi: 10.60036/jbm.v1i2.15.
- Talakua, Y., Anas, S., & Aqil, M. (2020). *Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada rsu bhakti rahayu ambon*. 1(7).
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the effect of marketing mix 7P on purchase decisions at sentra snack stores. *International Journal of Review Management, Business, and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125-133
- Tee, J., Erdiansyah, R., & Aulia, S. (2020). *Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia*. <https://m.detik.com/food/resto-dan-kafe/d-4592367/xing-fu-tang-antre-2-jam-untuk->
- Veflen, N., Velasco, C., & Kraggerud, H. (2023). Giving taste signals through packaging: the influence of shape and color on consumer perceptions of cheese. *Food Quality and Preference*, 104, 104742.
- Wang, Y., Zhao, W., & Wan, W. X. (2020). Needs-based product configurator design for mass customization using hierarchical attention network. *IEEE Transactions on Automation Science and Engineering*, 18(1), 195-204.
- Wibowo, A., Ruliana, P., Yulianto, K., & Kunci, K. (2022). Komunikasi word of mouth (wom) sebagai penentu keputusan pembelian konsumen. *Humantech : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 617–629. <https://doi.org/10.32670/HT.V2I3.1473>
- Wilujeng, S. R., & Edwar, M. (2014). *8300-Article Text-11166-1-10-20140613*.

- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2).
- Yusuf, M. A., Herman, H, T., Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*, 06(02).
- Zaki, M., & Saiman. (2021). *216-Article Text-691-1-10-20210316*.

