

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Warung Lombok Idjo Kediri*. SIMANIS (Simposium Manajemen Dan Bisnis IV Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri), 4, 487–493. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/7797>
- Agustiadi, R. R. A., Jati, L. J., Umam, M. C., Dethan, S. H., & Nirwana, B. N. (2025). *Pengaruh Penggunaan Influencer Marketing, Iklan, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(3), 2357–2365. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2307>
- Ajzen, I. (2012). *The Theory Of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Albrecht, M. G., Green, M., & Hoffman, L. (2023). *Principles of Marketing*. OpenStax.
- Anggraini, F., & Ahmadi, M. A. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z: Literature Review*. Journal of Management and Creative Business, 3(1), 62–73. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3450>
- Anjursari, A., Setiyani, L., & Riono, S. B. (2023). *Pengaruh Rebranding, Kualitas Produk, Kualitas Informasi dan Relationship Marketing terhadap Brand Image Produk Glow and Lovely pada Toko Azkiya Kosmetik*. Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research, 1(4), 94–106.
- Arhofa, G. A., & Andarini, S. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3820>
- Arini, C. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Review Pelanggan, Harga dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Make Up Viva Cosmetics di Shopee (Studi pada Konsumen Pensil Alis Viva di Kramat Jati Jakarta Timur)*.
- Aulia, D., Rini, E. S., & . F. (2021). *The Influence of Gamification, E-Service Quality and E-Trust on Online Purchase Decision with Online Purchase Intention as Intervening Variable at the Marketplace Shopee in Medan City*. International Journal of Research and Review, 8(8), 546–558. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210874>
- Ayyasy, A. H. (2023). *Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Samudra Fashion*.

- Badan Pusat Statistik Kota Madiun. (2025). *Kota Madiun Dalam Angka 2025*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia Kota Madiun, 24(0215–5966), 274. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0A>
- Bujangga, I. K. D., Gede, C., Yudistira, P., & Sanjaya, I. N. S. (2025). *Pengaruh Rebranding Dan Kualitas Layanan Terhadap Brand image Di Pt Angkasa Pura Indonesia (Studi Kasus Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai)*. Jurnal Akademisi Vokasi, 04(02), 60–75.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 211–224. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/867>
- Creswell, J. W. C. . J. D. (2023). *Takona, J. P. Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Quality & Quantity, 58(1), 1011–1013.
- Damayanti, D. P., & Rusdianto, R. Y. (2026). *Jurnal Menu Variety, Price, And Service Quality Drive Catering Purchases*. Academia Open, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.21070/acopen.11.2026.13535>
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang)*. Jesya, 7(1), 778–789. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412>
- Dartia, K., & Suarmanayasa, I. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo*. Bisma: Jurnal Manajemen, 8(1), 141–150.
- Deepika, K. S. (2023). *Social Media Influencer Influence on Customer Purchase Decision for Beauty Products*. The International Journal of Indian Psychology, 11(3), 1572–1579. <https://doi.org/10.25215/1103.151>
- Diantanti, N. P., Darajat, A. H., & Amrila, K. F. (2025). *Peran Variasi Menu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali*. Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 23(4), 586–598. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i4.12997>
- Fadilah, N., Firmansyah, R. A., & Maflahah, I. (2024). *Preferences of Cutomers About Product and Servis Quality in Thematic Café (Case Study in Bangkalan)*. Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri, 12(2), 226–236.
- Fahra, Z., Iryani, L., Ameliany, N., Maisyura, M., & Sufi, S. (2024). *The Effect of Product Quality on Consumer Purchase Interest in Azarine Sunscreen Products at the Hijrah Store in Lhokseumawe City*. Pkm-P, 8(2), 478–483.

<https://doi.org/10.32832/jurma.v8i2.2431>

- Fahriana, A., Dirwan, & Agunawan. (2023). *Pengaruh Variasi Menu, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Donat Kampar*. MANUVER: Jurnal Akutansi Dan Manajemen, 1, 40–51.
- Fauzi, I. (2023). *Statistik Penelitian Pendidikan: Panduan Praktis Analisis Data Statistik Melalui Aplikasi Spss-26*. Badan Penerbit Stiepari Press. <https://isbn.perpusnas.go.id>
- Feronicha, L. & Wasino, W. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di E-Commerce Shopee*. ECo-Buss, 7(2), 992–1009. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1600>
- Firdaus, J. E., & Cahya S.B. (2024). *Pengaruh Variasi Menu, Harga, Dan Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bomboloni (Studi di Virous Bombolone & Donuts Sidoarjo)*. 12(3), 2337-6708.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, R. M., & Indriani, R. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Di Seulawah Kupa Kompleks Mmtc Medan*. Jurnal Mirai Management, 10(1), 180–187.
- Gufron, A. S., Safitri, M., Oktoriza, L. A., & Farida, I. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Media Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Furniture Perusahaan Informa Kota Semarang*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 3(4), 229–241. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jekobs>
- Hasanah, N., & Farhani, A. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Fin Pada MM Food Court Kabupaten Tabalong*. Jurnal Stiatabalong, 8(1), 761–777. <https://doi.10.35722/japb>
- Hastuti, S. W., & Anasrulloh, M. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah Ecobuss, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Jannah, M. Z., Maulida, I. S., Susanti, I., & Ruswaji. (2024). *Pengaruh Food Vlogger Sebagai Social Media Influencer terhadap Minat Beli Produk Makanan di Kalangan Followers Gen Z di Lamongan (Studi Kasus Korean Food di Kabupaten Lamongan)*. Bismar (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management, 7(2), 411–423. <https://doi.org/10.36815/bisman.v7i2.3210>
- Kharisma, A. S., & Putri, N. K. (2020). *Teori Of Planned Behavior Terhadap Intensi Untuk Berinfak Dan Sedekah Melalui Financial Technology*. Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu, 3(2), 145–154.

- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of marketing (19th ed., Global ed.)*. Pearson Education Limited.
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). *The influence of promotion, product quality and brand image towards customer purchase decisions of Wardah cosmetic products*. International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478), 11(2), 67–73. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1579>
- Madani, F. H., Yudawisastra, H. G., & Perwito, P. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue*. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen (Eko-Bisma), 4(2), 150–156. <https://doi.org/10.58268/eb.v4i2.181>
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta*. Ikraith-Ekonomika, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Mulyeni, S., Meilani, A., & Rusmiati, I. (2025). *Pengaruh Beauty Influencer dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Pengguna TikTok Shop di Kota Bandung*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(3), 4634–4639. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2672>
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 5(1), 2022.
- Nadita, R., Ismunandar, I., & Juwani. (2025). *Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Fashion Di Toko Niasso*. Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan, 7(2), 352–362. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v7i2.6053>
- Narayan, I. N. G. G., Putri, S. T. G. & Sariyani, N. K. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Dashoescare Denpasar*. Jurnal Ekonomi, 6(4), 284-291. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v6i4.3224>
- Nasution, H. H., & Nobelson, N. (2022). *Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Instagram, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hito Coffee Bekasi*. Veteran Economics, Management & Accounting Review, 1(1), 19–30. <https://doi.org/10.59664/vemar.v1i1.4826>
- Pasifa, A. K., Soeprajitno, E. D., & Sardanto, R. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skintific di Tiktok Shop pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri*. Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis. 4, 922–929. <https://doi.org/10.29407/z8rya175>

- Permana, G. N., & Hidayat, A. M. (2024). *The Influence of Brand Ambassadors on Purchase Decisions and Brand Image as Intervening in Avoskin Products*. International Research Journal of Economics and Management Studies, 3(1), 210–218. <https://doi.org/10.56472/25835238/irjems-v3i1p124>
- Pingak, R. Y., Fanggaidae, A. H. J., Kurniawati, M., & Fanggidae, R. E. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angello Bakery & Cake Di Kuanino Kota Kupang*. Glory : Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial, 907–918. <https://doi.org/10.35508/glory.v5i4.14389>
- Piramita, S., Hannan, S., & Purba, J. H. V. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kpr Non Subsidi Dengan Mediasi Persepsi Merek (Studi Pada Bank Xyz)*. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen, 7(2), 487. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.2.487>
- Pradana, M., Anggriani, I., & Rahman, A. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan jasa pada LPK Barokah Kota Bengkulu*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 11(1), 571–580. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3186>
- Purwanto. (2022). *Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya*. 5(3), 764–772. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>
- Putra, A. H., Wijayanto, A., & Budiarmo, A. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 14(2), 803–810.
- Putri, D. K., Sukma, R. S., Razaq, A. & Nugraha, M. Y. (2025). *Pengaruh Ulasan Food Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Angkatan 2023*. Jurnal Buana Kata: Pendidikan, Bahasa, dan Ilmu Komunikasi. 2(2), 76–84. <https://doi.org/10.23960/buanakata.v2i2.621>
- Raed, H., Altaher, A. M., Barnat, S. E., Ahmad, H., Halim, M., Hammouri, Q., & Darawsheh, S. R. (2023). *The effect of groups' reference, usefulness perception, and products quality on intention to buy and online shopping decision*. International Journal of Data and Network Science, 7(3), 1361–1368. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.4.002>
- Ramadhani, A. R., & Sulistyowati, S. N. (2024). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Grabfood*. Business and Economic Publication, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.32764/bep.v2i1.1080>
- Regina, A., Pebrianggara, A., & Hariasih, M. (2026). *Pengaruh kualitas produk , fear*

of missing out (FOMO), dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian produk Skintific di kalangan Gen Z. <https://doi.org/10.36406/jam.v23i2.326>

Rindi, Nilowardono, S., Sukoco, A., Dharmani, I. A. N., & Suyono, J. (2021). *The Influence Of Product Quality, Price, Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of 3second Fashion.* International Journal of Science, Technology & Management, 2(6), 2166–2171. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i6.411>

Riyanika, C. D. D., Juliati, R., & Roz, K. (2022). *The Effect of Brand Image and Product Quality on Purchase Decision of Starbucks Coffee in Malang City.* Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan), 2(01), 1–11. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i01.26915>

Safitri, L. A., Pradiatiningtyas, D., & Dewa, C. B. (2023). *Pengaruh Food Vlogger dan Promosi Endorse Media Sosial pada Brand Exposure Wisata Kuliner Klaten.* 28(3), 267–278. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i3.1762>

Salsabila, A., Karamang, E., & Muttaqin, R. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc oleh Generasi Z melalui Platform Shopee di Kabupaten Bandung.* J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 10(2), 60. <https://doi.org/10.33087/jmas.v10i2.2276>

Sangapan, L. H. (2025). *Peran Influencer dalam Komunikasi Pemasaran: Sebuah Tinjauan Sistematis Literatur Internasional.* Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS), 3(3), 129–141. <https://doi.org/10.38035/jkis.v3i3.2570>

Septianingrum, A. A. & Martini, I. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kenyamanan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Soto Mas Boed Semarang.* Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 1(6), 272–288. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i6.409>

Siantry, A., Bhayangkara, U., Raya, J., Untari, D. T., Bhayangkara, U., Raya, J., Andrian, A., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama.* Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce, 3(1), 211–222. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2202>

Sihotang, C. S., & Supriyono. (2024). *The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions.* Indonesian Journal of Business Analytics, 4(2), 79–92. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i2.8760>

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Kedua).* Alfabeta.

Suhayatmi, Y. (2020). *Keberagaman Indonesia dalam Cita Rasa Kuliner*

Nusantara. Okezone News.

- Suleman, D., Suyoto, Y. T., Sjarief, R., Sabil, S., Marwansyah, S., Adawia, P. R., & Puspasari, A. (2023). *The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media*. International Journal of Data and Network Science, 7(1), 433–438. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.9.003>
- Syafrinaldy, M. R., & Akbarina, F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa D-IV Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2023/2024)*. 2(12), 174–181. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3064>
- Trisnawati, W., Wulandari, D., & Sudaryanto. (2022). *The Effect of Product Quality, Trust, and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Intention and Purchase Decisions for Fashion Products on the Shopee Marketplace*. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 24(9), 70–74. <https://doi.org/10.9790/487X-2409027074>
- Uliah, I. R., Syafalah, Z., Sefiana, L., Chansa, T. P., Sari, A. G., & Nugraha, J. T. (2025). *Pengaruh Influencer Media Sosial Dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa*. ANTASENA: Governance and Innovation Journal, 3(1), 15–28. <https://doi.org/10.61332/antasena.v3i1.297>
- Utami, A. D., Artino, A., & Anco. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Siomay dan Es Sekoteng*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 3(1), 32–42. <https://doi.org/10.70716/emis.v3i1.237>
- Wantoro, B. C. E., Larassaty, A. L., Zaki, A., & Sholikhah, A. (2025). *Pengaruh Variasi Menu Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Gen'Z Mie Gacoan Di Sidoarjo Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Lentera Bisnis, 14(2), 1111–1129. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1427>
- Wasosa, H. (2025). *Influence of Psychological Well-Being and School Factors on Delinquency , During the Covid-19 Period Among Secondary School Students in Selected Schools in Nakuru County : Kenya*. International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), VII(2454), 1175–1189. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Wibawati, D., & Prabhawati. A. (2021). *Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Wisata kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia*. Journal of Tourism and Creativity, 5(1), 36–44. <https://doi.org/10.19184/jtc.v5i1.21108>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). *Tinjauan Pustaka Teori Perilaku Terencana*. Jurnal Ilmu Pendidikan, 7(2), 809–820.

- Zebua. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kotapinang*. 5(2), 4850–4864. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4828>
- Zulfikar, F., Wulandari, S., Hasibuan, M. Z., & Rahmat, M. (2025). *Pengaruh Variasi Menu , Harga , dan Layanan Delivery terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Garuda Medan Johor*. Faculty of Economics and Business , UMN Al-Washliyah. November, 128–143. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i3.7966>