

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Al Qusaeri, M. A. A., Wiliyanto, W., Khasbulloh, M. W., Khasanah, M., Fathurozak, F., & Bahtiar, B. (2024). Pengaruh ketersediaan produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada konsumen CV. Alisa. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 9107–9117.
- Basuki, S., Asbari, M., Purwanto, A., Agistiawati, E., Fayzhall, M., Radita, F. R., & Hutagalung, D. (2020). Pengaruh Organizational Culture terhadap Teacher Innovation Capability dalam Perspektif Knowledge Sharing. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 171-192.
- Berman, B., Evans, J. R., & Patralli, C. (2018). *Retail management : A Strategic Approach (13ed.)*. Pearson.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2024*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Cahyono, Y., Purwanto, A., Azizah, F. N., & Wijoyo, H. (2020). Impact of service quality, university image and students satisfaction towards student loyalty. *Journal of Critical Reviews*, 7(19).
- Diamanda, A., & Rachmad, F. (2024). The Influence Of Content Marketing And Viral Marketing On Purchase Decisions At Norma Coffee On The Millennial Generation In Pekanbaru. *International Journal of Economics, Business and Accounting*, 2(4), 520–531.
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5(1), 369-373.
- Fawwas, A.A. & Sriyanto, A. (2025). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Customer Engagement terhadap Keputusan Pembelian Produk The Face Shop di Market Place Shopee. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 3(4), 125–147.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10 ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jahroni, Sinambela, E. A., Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3).
- Janna, N. M. (2020). Variabel Dan Skala Pengukuran Statistik. *Jurnal Pengukuran Statistik*, 1(1), 1–8.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (13th ed.)*. Erlangga.
- Kotler, Philip. & Gary Amstrong (2017). *Principles of Marketing, (17th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing(8th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Milhinhos, P. (2015). The Impact of Content Marketing On Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content. Master's Thesis. Escola Brasileira de Administracao Publica e de Empresas.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 9(7), 1077-1086.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Pakpahan, M. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Cipta Rancana Media Pakpahan.
- Pappachan, J. 2016. Moderation Effect Of Travel Context In The Linkage Among Employee Service Quality, Satisfaction, And Trust On Word Of Mouth Of Airline Passenger In India. *Journal of Marketing*. 1(1), 75-92.
- Prabowo, N. A., & Santoso, R. (2025). Pengaruh fear of missing out (FOMO), lifestyle, dan word of mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian iPhone pada Gen Z Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Bisnis*, 5(2), 386–398.
- Randi (2018). *Teori Penelitian Terdahulu*. Erlangga.
- Santana. (2020). Pengaruh Content Marketing @Netflixid Terhadap Brand Image Netflix Di Indonesia. Universitas Pertamina.
- Septiani, W. D., & Harsoyo, T. D. (2025). Pengaruh content marketing, influencer marketing, dan viral marketing terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada social commerce TikTok Shop. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 850–860.
- Sudarmin. (2023). Pengaruh Word Of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 310–316.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (4th ed.)*. Alfabeta.
- Solomon, MR. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Wijaya, A. S., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Ika Shop Di Jembrana. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 134–144.
- Wulandari, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Kesehatan, Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna BPJS Di Rumah Sakit Umum Daerah Kemayoran. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96.
- Yusuf, M. & Prabowo, A. (2024). The Influence Of Promotion, Customer Experience And Word Of Mouth On Purchasing Decisions At Boss Café Bayangkara Medan. *International Journal of Entrepreneurship and Management*, 1(4), 82–100.