

DAFTAR PUSTAKA

- Al Adawiyah, R., & Rahardjo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Mira'e Cafe&Resto). *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 270-275.
- Andriani, A., GS, A. D., & Susanti, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Makanan Cepat Saji (studi kasus di KFC di Surabaya). *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 104-110.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriany, Y., Hastuti, S., & PV, D. I. (2022). Analisis Citra Merek Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Makanan Online (Studi Kasus Pelanggan Aplikasi Go Food, Grab Food, Shopee Food). *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 205.
- Jalal Rajeh Hanaysha, (2022) .*Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator*, *International Journal of Information Management Data Insights*, Volume 2, Issue 2, 2022, 100102, ISSN 2667-0968,
- Kotler, P & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing. In *New York: Pearson International*.
- Maesaroh, S., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh E-Wom, Food Quality, dan Resto Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Resto My Tora Chicken Makamhaji: Studi pada Masyarakat di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(2), 127-138.
- Maynanda, A. Y., Fauzi, R. U. A., & Kadi, D. C. A. (2023, September). Pengaruh E-WOM, Live Music dan Servicescope Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Kakak Kota Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 264-270.
- Nyoko, A. E., & Samuel, A. D. D. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di media sosial Facebook terhadap keputusan pembelian. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(1), 63-76.

Pramana, K. M. P. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Singaraja (*Doctoral dissertation*, Universitas Pendidikan Ganesha).

Rahman, Z. R., & Isa, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Destinasi Kuliner Halal Di Solo Raya. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 89-102.

Sugiono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif *dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & R&D (27th ed.). Alfabeta.