

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)* (D. Prabantini (Ed.); I. Andi).
- Adolf, L. P. M., & Lopian, S. L. H. V. J. (2020). The Effect Of Social Media Marketing And Word Of Mouth On Purchase Decisions At Coffee Shops In Manado. *J.E. Tulung... 126 Jurnal EMBA*, 8(1), 126–135. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/27359/26918>
- Aeni, N. (2020). Effect Of Product Quality , Prices And Places On Purchase Decisions Case Study Of Consumers Ikhtiar Meatballs Tofu Cikarang Region. *Journal Of Reseacrh In Business, Economics, And Education*, 2(1), 391–398.
- Aipassa, J. (2022). *Gapmmi Proyeksikan Pertumbuhan Industri Makanan Dan Minuman Capai 5 Persen Di 2022*. Inews.Id. <https://www.inews.id/finance/bisnis/gapmmi-proyeksikan-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-capai-5-persen-di-2022>
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Octavia, N. P. A. Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, S. Y. M., Irwansyah, R., Moonti, A., Suhadarliyah, A. A. C. S. B. F. E., & Tabun, S. U. A. M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern* (A. Bairizki (Ed.)). Seval Literindo Kreasi.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Natusion (Ed.)). PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Beritasatu. (2015). *5 Puding Paling “Hits” Di Jakarta*. <https://www.beritasatu.com/news/240694/5-puding-paling-hits-di-jakarta>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). Digital Marketing Excellence. In *Companion Website* (5th Ed.). Routledge.
- Databoks. (2021). *Media Sosial Paling Banyak Digunakan Masyarakat Pada 2021*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/14/whatsapp-media-sosial-paling-banyak-digunakan-masyarakat-pada-2021>
- Djutmiko, H. E. (N.D.). *Berkah Resep Puding Sang Ayah*. SWA. Retrieved September 1, 2022, From <https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc->

Startup/Berkah-Resep-Puding-Sang-Ayah

- Fahmi, M. R. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Richeese Factory Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 11.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Smartpls 3.2.9* (3rd Ed.).
- Halim, F., Karniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, Sudarso, A., Purba, B., Sisca, D. L., Simarmata, H. M. P. L. A. P., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Watrianthos (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Hatta, I. H., Rachbini, W., & Parenrengi, S. (2018). Analysis Of Product Innovation, Product Quality, Promotion, And Price, And Purchase Decisions. *South East Asia Journal Of Contemporary Business*, 16(5), 183–189.
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press*.
- Intania, H., Nobelson, & Suharyati. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Jakarta. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1457–1470. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1165>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2020). *Principles Of Markerting*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Marketing Management*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education Limited.
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., Salmiah, Halim, F., Wirapraja, A., Napitupulu, D., & Simarmata, J. (2020). *Brand Management Esensi, Posisi & Strategi* (A. Rikki (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Maharani, S. (2018). *Mengenal Jenis-Jenis Sajian Dessert*. Kumparanfood.

- <https://kumparan.com/kumparanfood/mengenal-jenis-jenis-sajian-dessert-27431110790556170/full>
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Noor, J. (2014). *Penelitian Ekonomi & Manajemen*. PT Grasindo.
- Nugroho, M. C., & Herdinata, C. (2021). The Influence Of Instagram On Purchasing Decisions Through Brand Awareness (A Study At Hive & Honey Solo). *Kne Social Sciences*, 2021, 474–486. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8835>
- Pratama, R. A. (2022). *Pengaruh Media Sosial , Modernitas , Dan Kualitas Layanan Online Terhadap Minat Beli (Survei Terhadap Pengguna Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Perjuangan Tasikmalaya)*. 1(4), 337–344.
- Putra, D. E., & Dinalestari Purbawati. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Loffle Pop Up Dessert). *Jurnal Ilmu Adminitrasi Bisnis*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4088%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4088/4100>
- Putra, I. A., Chumaidi, A., & Fadhli, K. (2022). Price And Quality Analysis Of Purchasing Decision Making At Rocket Chicken Mojokrapak Jombang. *INCOME: Innovation Of Economics And Management*, 1(3), 78–83. <https://doi.org/10.32764/income.v1i3.1829>
- Puyodessert. (2022). *About Puyo Dessert*. Puyo Dessert Website. <https://www.puyodesserts.com/about>
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th Ed.). Pearson Education.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*:

- Teoretik Dan Praktik* (Monalisa (Ed.); 1st Ed.). Rajawali Pers.
- Singh, S., & Diamond, S. (2020). *Social Media Marketing For Dummies* (4th Ed.). John Wiley & Sons.
- Sitorus, S. A., Gheta, A. P. K., Anisah, H. U., Fitrianna, H., Sherly, Umiyati, H., Susanto, P. C., Girsang, R. M., Sugiati, M. A., Simanjuntak, M., Anwar, R. N., Augustinah, F., Alfiannor, & Nainggolan, N. T. (2022). *Digital Marketing Strategy: Online Marketing Approach* (A. Sudirman (Ed.)). Media Sains Indonesia.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior Buying, Having, And Being*.
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian* (1st Ed.). Deepublish.
- Sudaryono. (2020a). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (L. I. Cendekia (Ed.)).
- Sudaryono, D. (2020b). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi* (F. Sigit (Ed.); 1st Ed.). Andi.
- Sugiarto. (2017). *Metodelogi Penelitian Bisnis* (Yeskha (Ed.)). Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Sutopo (Ed.); 2nd Ed.). Alfabeta.
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistika Inferensial* (Giovanny (Ed.); I).
- Sutoto, D. P. (2021). Pengaruh Influencer, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z (Studi Pada Konsumen Usia 11-26 Tahun Di Instagram Makanan Penutup Bitter Sweet By Najla). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Tempo.Co. (2022). *Kemenprin Sebut Industri Makanan Dan Minuman Jadi Mesin Pertumbuhan Industri*. MSN. <https://www.msn.com/Id-Id/Ekonomi/Bisnis/Kemenperin-Sebut-Industri-Makanan-Dan-Minuman-Jadi-Mesin-Pertumbuhan-Industri-Nonmigas/Ar-AA11y97u>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Anastasia Diana (Ed.)). ANDI.
- Wahid, A. M. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Journal Riset Bisnis Dan Management*, 6, 145–162.
- Yufna, Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan*

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tea Break Di Royal Plaza Surabaya.

[Http://Digilib.Uinsby.Ac.Id/52432/%0Ahttp://Digilib.Uinsby.Ac.Id/52432/2/Yudayanti Yufna_G73217070.Pdf](http://Digilib.Uinsby.Ac.Id/52432/%0Ahttp://Digilib.Uinsby.Ac.Id/52432/2/Yudayanti%20Yufna_G73217070.Pdf)