

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Candraningtyas, P. (2020). *Statistik Penyediaan Makanan Dan Minuman 2018*. Jakarta: Bps-Statistics Indonesia.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23(Viii)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendryadi, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid Kesatu*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kusumastuti, A., Khoirun, A.M., & Achmadi, T.A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Latief, R. (2018). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Potter, N. N., & Hotchkiss, J. H. (2012). *Food Science*. Springer Science & Business Media.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Riduwan, & Engkos, A.K. (2013). *Cara Menggunakan Dan Memakai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. Jakarta: Gava Media.
- Yulianti, F., Lamsah., & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.

### B. Jurnal

- Bahar, A., & Herman S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 1(3).
- Berger, J. (2014). Word-of-Mouth and Interpersonal Communication: An Organizing Framework and Directions for Future Research. *Journal of Consumer Psychology*, 24(4), 586-607.
- Chiosa, A. R. (2014). Word of Mouth on Social Media. *SEA-Practical Application of Science*, 2(4), 37-42.
- Ferdinands, L. C. (2019). Pengaruh Brand Loyalty, Word Of Mouth, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3).
- Fiani, M. S. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-6.
- Hanaysha. (2016). Testing The Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31-40.
- Hutama, D., Fauzi Dh, A., & Rahma Devita, L. D. (2018). Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention (Survei Pada Pelanggan Malang Strudel Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64(1), 204-212.
- Indra, C. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Dan Perceived Service Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Program Kpr Bersubsidi Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 1-9.
- Kaveh, M. (2012). Role Of Trust In Explaining Repurchase Intention. *African Journal Of Business Management*, 6(14), 5014-5025.
- Mamahit, P., Soegoto, A.S., & Tumbuan, W.A. (2015). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris pada PT. Hastrat Abadi Manado. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(3), 106-110.

- Mascarello, G., Pinto, A., Parise, N., Crovato, S., & Ravarotto, L. (2015). The Perception Of Food Quality. Profiling Italian Consumers. *Appetite*, 89, 175-182.
- Nadya. (2016). Peran Digital Makerting dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 133-144.
- Qin, H., Prybutok, V. R., & Zhao, Q. (2009). Perceived Service Quality in Fast-Food Restaurants: Empirical Evidence From China. *International Journal Of Quality & Reliability Management*, 27(4), 424-437.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of The Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 3(3), 310-329.
- Santoso, J. E. (2016). Pengaruh Food Quality, Service Quality, Price Promotion, Dan Customer Satisfaction Terhadap Repeat Purchase Intention Restoran Solaria. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 53(12).
- Sarifudin., & Maya, R. (2019). Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Keputusan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 135-154.
- Soedjono, T., & Khamimah, W. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, dan Layanan Purna-jual terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 23-35.
- Sri, C. M., Handayani., Fauziyah., & Aripriabowo, T. (2020). Reputation and Word-of-Mouth Perception: Case Studies in Institutional Management. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(2), 240-251.
- Suryani, S., & Hendryadi, H. (2015). A Developing Model Of Relationship Among Service Quality, Consumer Satisfaction, Loyalty And Word Of Mouth In Islamic Banking. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7(1), 45-58.
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect Of Halal Awareness On Purchase Intention Of Halal Food: A Case Study In

Indonesia. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(4), 441-453.

Zumaeroh, & Prabawa, A. (2020). Pergeseran Struktur Ekonomi Daerah: Sebuah Analisa Ekonomi di Kabupaten Cirebon. *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 100-111.

### C. Skripsi

Arima, S. I. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kepercayaan Merek Terhadap Intensi Membeli Ulang Pada Konsumen Toko Daring Shopee Di Kota Medan*. (Skripsi, IAIN Tulung Agung).

Ihsan, H. H. (2020). *Pengaruh Digital Marketing dan Kualias Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Khalifa Muslim Wear*. (Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

Koriah, A. N. (2021). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2017-2019 IAIN Syekh Nurjati Cirebon)*. (Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

Mahemba, U. S. A. K. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*. (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).

Prihanti, D. (2019). *Pengaruh E-Service Quality, Islamic Branding Dan Islamic Advertising Ethics Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Indonesia)*. (Skripsi, Iain Salatiga).

Tuzahrah, H. (2020). *Pengaruh Physical Evidence dan Word of Mouth Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Cirebon KCP Sumber*. (Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

Werdiningsih, R. (2012). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk House of Adity*. (Skripsi, Institut Manajemen TELKOM).

Zeyf, F. W. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal, Religiositas, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Kemasan Impor (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh)*. (Skripsi, Uin Ar-Raniry).

#### D. Artikel Web Site

Diaz, E. (2014). Geneva Business News Web Site. Diakses Pada Tanggal 5 Desember 2021, dari <https://www.gbnews.ch/what-is-your-definition-of-quality>

Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Cirebon Melambat. (2020). Diakses pada tanggal 14 Maret 2022, dari <https://www.radarcirebon.com/2020/03/22/pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-cirebon-melambat>

Seskemenkopukm Ajak Pemda dan *Stakeholder* Untuk Terus *Support* UMKM di Masa Pandemi. (2021). Diakses pada tanggal 14 Maret 2022, dari <https://kemenkopukm.go.id/read/saskemenkopukm-ajak-pemda-dan-stakeholder-untuk-terus-support-umkm-di-masa-pandemi>

