DAFTAR PUSTAKA

Abuzar, A., Irawan, P. B., & Purwoto, A. (2015). *Metode Penelitian Survei* (1st ed.). In Media.

Adilah, N., & Cempena, I. B. (2024). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Gado-Gado Arjuna Surabaya. *Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, *6*(9), 1–12.

Ali, H. (2010). *Marketing dari Mulut Ke Mulut* (Yogyakarta (ed.); 1st ed.). MEDPRESS. https://books.google.co.id/books?id=BeLHEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=twopage&q&f=false

Alkinanti, Y. (2025). *Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO), Cita Rasa, dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dadar Beredar di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Angga, prayoga wahyudi, Qomariah, N., & Izzuddin, A. (2020). Pengaruh cita rasa, keragaman menu, harga terhadap keputusan pembelian pada mie ayam solo talangsari jember. *Journal Manajemen*.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing: An Introduction* (12th ed.). Pearson Education, Inc.

Damanik, C. A., Amalia, D., Fitrianingsih, & Mardayanti, I. (2025). *Pengaruh Cita Rasa Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Jamur "Larisss" Di Kecamatan Bajenis Kota Tebing Tinggi*. *09*(02), 1–15.

Farisa, G., & Riofita, H. (2024). Pasar konsumen mie gacoan dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mie gacoan. *Ekonodinamika Jurnal Ekonomi Dinamis*, *6*(4), 88–95.

Febriana, J. (2023). *Pengaruh Cita Rasa, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Favorit di Ungaran*. Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS).

Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (1st ed.). QIARA MEDIA.

Handiman, U. T., & Cahya, W. A. (2025). *Fear Of Missing Out (FOMO)*. Penerbit Buku Indonesia.

Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Electronic *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *5*(0), 52–59.

Joesyiana, K. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, *Vol. 4*(1), 71–85.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Okta Viana, E., & Hartati, R. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian" (Studi pada rumah makan "Mie Gacoan" Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, *3*(2), 149–164. http://bappeda.jogjaprov.go.id

Pardede, R., & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis* (1st ed.). PT. Rineka Cipta.

Poetri, E., & Sinthon, S. (2024). *Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan*. *7*(1), 390–403.

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. *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis*, *05*(02), 386–398. https://doi.org/https://doi.org/10.69957/grjb.v5i02.2215

Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of *Fear Of Missing Out*. *Computers in Human Behavior*, *29*(4), 1841–1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Risky Purnama, D. (2019). Pengaruh Citra Merek, *Word Of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Wakul Suroboyo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *8*(5).

Salsabila, N. A., Firmansyah, H., & Ferrianta, Y. (2021). Analisis Pengaruh Cita Rasa, *Word Of Mouth*, dan Promosi Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rumah Makan Ngikan Skip Lama Kota Banjarmasin). *Frontier Agribisnis*, *5*(2), 85. https://doi.org/10.20527/frontbiz.v5i2.6022

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, *Word Of Mouth*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Universitas Udayana*, *27*(2), 635–637.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA.

Sujarweni. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). Pustakabapurpress.

Sunarharum, W. B., Fibrianto, K., Yuwono, S. S., & Nur, M. (2019). *Sains Kopi Indonesia*. Universitas Brawijaya Press.

Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Mitra Wacana Media.

Tarwendah, I. P. (2019). Jurnal Review: Studi Komparasi Atribut Sensoris Dan Kesadaran Merek Produk Pangan. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, *5*(3), 66–73. https://doi.org/10.5958/0974-360X.2019.00231.2

Timang, J., Mandey, S. L., Ogi, I. W. J., Yang, A. F., Keputusan, M., Timang, J., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2024). Analysis Of Factors Affecting Purchasing Decisions. *EMBA*, *12*(4), 391–402.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Andi Offset.

Travers, M. (2020). *Four Facts About FOMO*. https://www.psychologytoday.com/us/blog/social-instincts/202003/four-facts-about-fomo

Ummah, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Tradisional

Madyopuro Kota Malang). *Sustainability (Switzerland)*, *11*(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Wardana, N., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh *Word Of Mouth* , Harga Dan Cita RasaTerhadap Keputusan Pembelian Sambal Cumi Dan Udang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(8), 751–764.

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (M. Pradana (ed.)). CV. Eureka Media Aksara.

Wuntu, C. R. A. (2019). Analisis Pengaruh Citarasa Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9).