

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaifi, M. S., and Stathopoulos, C. E. (2010). *Effect of Egg Yolk Substitution by Sweet Whey Protein Isolate (WPI), on Physical Properties of Gelato Vanilla Ice Cream*. *Milchwissenschaft*, 65(4), 404-407.
- Alma, Buchari. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Anjarsari B. (2010). *Pangan Hewani (Fisiologi Pasca Mortem dan Teknologi)*. Graha Ilmu.
- Arbuckle, W. S. (2000). *Ice Cream (3rd ed.)*. Connecticut: Avi Publishing Company. Inc West Port.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Taka Publisher.
- Arif, M. S. (2016). *Perceived EWOM: Sebagai Faktor Analisis dalam Menentukan Kredibilitas dan Pengadopsian EWOM bagi Wisatawan pada Forum Diskusi Online Kaskus Subforum OANC dan Travellers*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2); 1-24.
- Astawan, M. (2004). *Kandungan Gizi Aneka Bahan Makanan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Ayustaningwarno, F. (2014). *Teknologi Pangan: Teori Praktis dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Binti Tasmiah, & Dewi Febriani. (2024). Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Infaq Terhadap Minat Masyarakat Berinfak. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 7(3), 326–340.
- Buckle, K. A., Edwards, R. A., Fleet, G. H., dan Wootton, M. (1987). *Ilmu Pangan*. Jakarta : UI-Press.
- Chaniago, H. (2021). *Manajemen Ritel dan Implementasinya*. Deepublish.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research* (336 ed., Vol. 295).
- Cheung, Christy M.K and Dimple R. Thadani. (2010). *The Effectiveness of Electronic Word-of-Mouth Communication: A Literature Analysis. Implications for the Individual. Enterprises and Society*.
- Destephano, J., Kamel, C., Ann, S., Kelly, D. K., and Sumana, C. 2002. *The Master Dictionary of Food and Wine*. United States Patent Rubash.

- Dwiputra, M. (2023). *The Influence of Product Quality, Price and E-WOM on The Purchase Decision*. *Journal Syntax Idea*, 5(9); 1289-1297.
- Emiliana, S. L., Purwanto, H., dan Fatmala, I. A. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM), Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makaronimu Cabang Madiun*. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 5.
- Fitriani, S. (2011). *Promosi Kesehatan edisi 1*. Graha Ilmu.
- Fitriyarsari, A., Ryandini, E. Y., dan Tomy. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Layanan, dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian di Kafe BnD Surabaya*. *Jurnal EKSEKUTIF*, 19(2); 223-234.
- Gitusudarmo, Indriyo. (2015). *Manajemen Pemasaran (2sd ed.)*. Yogyakarta: BPFE.
- Goff, H. D. and Hartel, R.W. (2013). *Ice Cream*. Springer Science Business Media. New York.
- Goyette, I., Ricard, L., and Bergeron, J. (2010). *e-WOM Scale : Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. 23; 5-23.
- Hair, J., Hopkins, L., Kuppelwieser, V., and Sarstedt, M. (2011). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) An Emerging Tool In Business Research*. *European Business Review*.
- Handayani, G. N., Ida, N., dan Rusmin, A. (2014). *Pemanfaatan Susu Skim sebagai Bahan Dasar dalam Pembuatan Produk Olahan Makanan Tradisional Dangke dengan Bantuan Bakteri Asam Laktat*. *Jurnal Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan UIN Allaudin*, 2(2), 56-61.
- Hawkins, D, Mothersbaugh, D, and Best, R (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Hidayah, D., and Idris. (2019). *Influence of Price, Product Quality, Location, Brand Image, and Word of Mouth on Purchasing Decision at Bacarito Padang Café with Buy Interest as a Moderation Variable*. *Atlantis Press: Economics, Business and Management Research*, 124; 710-716.
- Husen, A., Sumowo, S., dan Rozi, A. F. (2018). *Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127-143.
- Jalilvand, M. R. and Samiei, N. (2012). *The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran*. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4); 460-476.

- Keni, K. (2020). *How Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use Affecting Intent to Repurchase?*. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 481.
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2011). *Principle Of Marketing* (1st ed.). Prentice.
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., and Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17th ed.). London: Pearson Education.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Levy, M., and Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Marshall, R.T. and Arbuckle, W.S.. 2000. *Ice cream* (5th ed.). Aspen Publisher, Inc., Gaithersburg : Maryland.
- Mauludy, P. D. (2019). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Varian Bedak (Studi Penelitian Pelanggan Wardah Beauty Konter Majalengka). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 10(4); 255.
- Mathayomchan, B., and Taecharungroj, V. (2020). “*How was your meal?*” *Examining customer experience using Google maps reviews*. *International Journal of Hospitality Management*, 90.
- Mauludin, M. B. I., and Firmansyah, F. (2024). *The Influence of Location and E-WOM on Purchasing Decisions Through Purchase Interest (Study of Kebon Kopi Cakkin Coffee Shop Consumers in Malang City)*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneuership*, 18(2); 314-329.
- Muchtadi, T. R. dan Sugiyono. (1992). *Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Institut Pertanian Bogor.
- Nurhalisa, F. O. (2024). Pengaruh *E-WOM*, Persepsi Konsumen, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Sambel Pecel 99 di Kota Madiun. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 6.
- Oktaviana, I., dan Hanafiah, F. (2022). Pengaruh *EWOM*, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi *Jevera and Eatery*. *DIMENSI*, 11(2); 282-297.

- Padaga, M., dan Sawitri, M. E. (2005), *Es Krim yang Sehat*. Trubus Agrisarana. Surabaya.
- Palupi, I. R., Naomi, N. D., dan Susilo, J. 2017. Penggunaan Label Gizi dan Konsumsi Makanan Kemasan pada Anggota Persatuan Diabetisi Indonesia Unit RS Kota Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 11(1): 1-12.
- Pamungkasari, D. (2008). *Kajian Penggunaan Susu Kedelai Sebagai Substitusi Susu Sapi Terhadap Sifat Es Krim Ubi Jalar (Ipomoea Batatas)*. Skripsi. Fakultas Pertanian, Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Parker, K., Michelle, S., and Veronica, C. N. (2010). *High Fructose Corn Syrup: Production, Uses and Public Health Concerns. USA: Department of Biology, College of Science and Technology, North Carolina Central University*.
- Pasharibu, Y. (2021). *Electronic Word of Mouth*, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Sains dan Humaniora*, 5(1); 115-124.
- Puspitaningtyas, Y. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(4); 545-558.
- Putra, B. (2021) *Ekonomi Internasional*. Yayasan Kita Menulis Medan.
- Putri, L., dan Purwanto, H. (2022). Pengaruh *E-WOM*, Citra Merek, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Banjarejo. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 5.
- Qurniawati, R. S., dan Nurohman, Y. A. (2018). *eWOM* Pada Generasi Z Di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Daya saing*, 20(2), 70–80.
- Ramadhani, F. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan*. Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Rizal, S. A., Arifin, R., dan Saraswati, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Buah Salak (Studi Kasus Pada RJ *FRUITS* Kecamatan Pronojiwo). *e – Jurnal Riset Manajemen*, 13(1); 519-530.
- Rohman, M. M., dan Santoso, R. P. (2024). *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Bukit Durian Wonosalam Jombang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(2); 456-466

- Sari, R. A., dan Purwanto, S. (2022). Kajian *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Promosi di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Viva Cosmetics di Kota Blitar. *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis*, 6(2); 543-554.
- Sawitri, M. E., Huda, M., dan Manab, A. 2010. Kajian Penggunaan Whey Bubuk Sebagai Pengganti Susu Skim Bubuk Dalam Pengolahan Soft Frozen Es Krim. *JIPB*, 20(1): 31-37.
- Sen, S. and Lerman, D. (2007). *Why are You Telling Me This? An Examination into Negative Consumers Reviews on the Web*. *Journal of Interactive Marketing*, 21(4); 76-94.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Setianingsih, W. E. (2022). Analisis Pengaruh Promosi. *E-WOM* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1); 88-95.
- Sholihin, dan Ratmono. (2013). *Analisis SEM-PLS Dengan Warppls 3.0 : Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis*. Andi Offset.
- Suarsa, S. H. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) Pada Online Travel Agent (Ota) Traveloka Terhadap Keputusan Menginap Di Topas Galeria Hotel, Bandung. Eqien: *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1); 50–56.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. CV Andi Offset.
- Wahyuningsih, T., Purwanto, H., dan Fatmala, I. A. (2024). Pengaruh Lokasi, *Elektronik Word of Mouth (E-WOM)* dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di Lesung Kresek Madiun. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen dan Akuntansi*, 6.
- Waluyo, W., Kadi, D. C., dan Apriyanti. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Ponorogo). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 4.
- Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N, N, K., dan Dana, I. M. (2022). *The Effect of Sales Prmotion on Electronic Word of Mouth and Purchase Decision (Study on Bukalapak User in Denpasar City)*. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2); 177-182.

- Widyanto, I., dan Albetris. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS: Jurnal Manajemen Dan Sains*, 6(1); 138.
- Wijaya, A. A. M. K., Atmaja, N. P. C. D., dan Manek, D. (2024). Pengaruh Lokasi, Variasi Produk dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Mina Dalung. *Jurnal Bakti Saraswati*, 13(1).
- Winarno. (2002). *Flavor Bagi Industri Pangan*. Biotekindo.
- Wintang, F. P., dan Pasharibu, Y. (2021). *Electronic Word of Mouth*, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Sains dan Humaniora*, 5(1); 115-124.
- White, L., Duncan, G. and Baumle, W. (2013) *Medical-Surgical Nursing: An Integrated Approach (3rd ed.)*. USA: Delmar, Cengage Learning.
- Yogi Nurfauzi, H. T. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1); 183-188.
- Yuliantari, N. L. A., Setiawan, P. Y., Giantari, I. G. A. K., and Nurcaya, I. N. (2025). *The Role of Electronic Word of Mouth (E-WOM) in Moderating The Influence of Product Quality on Consumer Purchase Decision (A Study on Consumer of Luxcrime Blur & Cover Two Way Cake Products in Denpasar City)*. *INJOLE: International Journal of Economic Literature*, 3(1); 244-261.
- Yulindasari, E. R., dan Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (*Electronic Word of Mouth*) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55-69.
- Zahara, R., and Sembiring, N. (2020). *Effect on the Promotion and Price on Decision To Purchase of Railway Airport Transport Tickets*. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 224-231.
- Zundana, A., Hakimah, E. A., dan Ratnanto, S. (2023). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Electronic Word of Mouth dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea Pare*. UNP Kediri.