

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiansyah, A., & Rizkyanfi, M. W. (2020). The Influence of Marketing Mix on Customer Purchasing Decision at The Abraham and Smith Restaurant. *The Journal Gastronomy Tourism*, 7(2), 106–119. <https://doi.org/10.17509/gastur.v7i2.30815>
- Azhari, et al. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Caroline, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2021). Pengaruh Marketing Mix (7P) Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar Di Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 10–19. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.10-19>
- Christ Abigael Purba. (2023). *Tren Fast Food: Langkah Menuju Konsumsi Cepat Saji yang Berkelanjutan*. Goodnewsfromindonesia.Id. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/12/06/menggagas-fast-food-yang-berkelanjutan-langkah-menuju-konsumsi-cepat-saji-yang-ramah-ling>
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS KULINER (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), XXXX–XXXX.
- Fahmi, M. R. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Richeese Factory Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7), 1–15.
- Faisal Yunianto. (2024). *Kemenperin: Industri makanan-minuman penopang ekonomi Indonesia*. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/3992028/kemenperin-industri-makanan-minuman-penopang-ekonomi-indonesia>
- Findings. (2023). *Perilaku masyarakat Indonesia mengkonsumsi makanan cepat saji*. AcuityHub. <https://www.acuityhub.com/insight/detail/perilaku-masyarakat-indonesia-mengkonsumsi-makanan-cepat-saji-bagian-1>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Harinie, L. T., Aris Triyono, S.E., M. M., Marheni Eka Saputri, S.T., M. B. A., Hafidz Hanafiah, M.M., C., Rivaldi Arissaputra, S.E., M. S. M., Ni Putu Nurwita Pratami Wijaya, S.M.B., M. M., Agus Suyatno, S.Pd., M. M., Tri Rahayu, S.E., M. M., Syahputra, S.Sos., M.Sc., P. D., Warnadi, S.E., M. S., Jana Siti Nor Khasanah, S.Kom., M. M., Irawan Yuswono, S.M., M. M., Dr. Dwi Putra Buana Sakti, S.E., M. M., Bahrul Ulum Iham, S.Pd., M. M., & Dr. Daduk Merdika Mansur, S.T., M. M. (2023). *Prilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Wisataone, T. C. V., Mardhana, A., Sinaga, R., & Hilall, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*.

- Indika, N., & Adia, S. (2022). Jurnal Administrasi Bisnis 2016 Jurnal Administrasi Bisnis 2016. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Jaya, I. M. L. M. (2019). *Pengelolaan Data Kesehatan Dengan SPSS*.
- Karlina, K., Ainun, A., & Jannah, F. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Itik Panggang Pada Warung Makan memahami konsep penjualan produk . Yang mana mereka biasanya hanya menjual apa yang konsumen memutuskan melakukan pembelian suatu produk . Keputusan tersebut di peroleh*. 58(2), 29–38.
- Kauzar, D. Al, Nurjannah, & Nurhuda. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tuuk Coffee Kota Palopo. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Terapan*, 1(1), 48–63.
- Mansur, & Trianingsih2, I. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada*. 5(1), 329–345.
- Putri, N. B., & Effendy, J. A. (2022). Analisa pengaruh Product, Price, Place dan Promotion terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Echo. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(5), 576–588.
- Santoso, S. N., & Waluyo, M. (2024). *The Effect of 7P Marketing Mix on Purchasing Decisions and Repurchases at Mixue Sidoarjo Consumers*. 5(1), 22–29. <https://doi.org/10.22441/ijiem.v5i1.21681>
- Silaban, S. E., Elisabeth, E., & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (Kfc) Simpang Mataram Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 5(2), 209–228. <https://doi.org/10.54367/jrak.v5i2.534>
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitati dan R&B*.
- Sugiyono, P. D. (2024). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*.
- Syam, E. A. A. A. H., Kapriani, N., N., Sujatmiko, Sitaniapessy, R. H., Sudirman, A., Augustinah, F., Ansari, Zulaikha, Hafipah, Wardhana, A., & Sumarsih. (2021). Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing). In *Media Sains Indonesia*.
- Syarifuddin, S. L. M. & W. J. F. A. T. (2022). *SEJARAH PEMASARAN DAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN* (Jouber B.). CV. ISTANA AGENCY.
- Ufrida, K., & Harianto, S. (2022). KONSUMERISME MAKANAN SIAP SAJI SEBAGAI GAYA HIDUP REMAJA DI KOTA SURABAYA: STUDI KASUS SISWI SMA MUHAMMADIYAH 4 KOTA SURABAYA. *Jurnal Analisa Sosiologi Januari 2022*, 11 (1): 137 -156.

Yuliawati. (2019). *Tren Makan Milenial Peluang Bisnis Buat Restoran Cepat Saji*. Katadata.
<https://katadata.co.id/berita/industri/5e9a56023d9c1/tren-makan-milenial-peluang-bisnis-buat-restoran-cepat-saji>