

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari, Ivana, V., & Thio, S. (2014). *Electronic Word-of-Mouth (e-WOM) dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe Surabaya. Bisnis Manajemen.*
- Aprillio, R. G., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Favehotel Hyper Square Bandung Tahun 2018). *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1045–1052.
- Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. In *PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.*
- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2015). PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPITIAM OEY SURABAYA. *Statewide Agricultural Land Use Baseline 2015.*
- Azizah, S., & Prasetio, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Di Instagram, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis.*
- Azzadina, I., Huda, A. N., & Sianipar, C. P. M. (2012). *Understanding Relationship between Personality Types, Marketing-mix Factors, and Purchasing Decisions. Procedia - Social and Behavioral Sciences.* <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.133>
- Basri, N. A. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). *Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 324–331.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Deebhijarn, S. (2016). *The Marketing Mix Strategy Model to Influencing the Decision to Purchase Ready-to-Drink (RTD) Green Teas among University Students in Bangkok Metropolitan Region, Thailand. International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR).*
- Erawaty, P. (2016). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sehat Bakso Atom. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.*
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang. *Skripsi*, 1–

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 . Edisi 8. Cetakan ke-8. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011.
- Indrawati, P. D. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. In *Bandung: PT Refika Aditama*.
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks., Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556eting> Management. In *Global Edition*.
- Lupiyoadi, R. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa: Edisi 3. *Penerbit Salemba Empat*.
- Prasad, S., Gupta, I. C., & Totala, N. K. (2017). *Social media usage, electronic word of mouth and purchase-decision involvement. Asia-Pacific Journal of Business Administration*. <https://doi.org/10.1108/APJBA-06-2016-0063>
- Prasad, S., & Indore, D. (2017). *elektronik dari mulut ke mulut dan keterlibatan keputusan pembelian*.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Strategi Marketing mix*.
- Stanton, W. J., Purnomo, P., Setiawan, R., Wisnu, F. S., Octa, A., Kurniawan, R., Sukma, A., Kotler, P., Keller, K. L., Fuad, M., H, C., Nurlala, Sugiarto, F, P. Y. E., Cahyati, I. F., Lubis, N., & Susanta, H. (2019). Prinsip Pemasaran. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Ke-26*.
- Sujarweni Wiratna. (2015). Metodologi Penelitian - Bisnis dan Ekonomi. In *Metodologi Penelitian*.
- Tjiptono, F. (2001). Strategi pemasaran edisi pertama. *Yogyakarta: Penerbit ANDI*.
- Tjiptono, F. & G. C. (2017). pemasaran strategik. In *Andi*.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. In *Edisi I. Yogyakarta: Andi*.
- Bataineh. (2015). “*The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image*”. *International Journal of Marketing Studies* 7 (1).
- Bisnis.com. (2020, July 02). *Emiten Pemilik Restoran Pizza Hut (PZZA) Akui Kinerja Kuartal*

- I/2020 Terdampak Covid-19*. Retrieved from market.bisnis.com:
<https://market.bisnis.com/read/20200702/192/1260640/emiten-pemilik-restoran-pizza-hut-pzza-akui-kinerja-kuartal-i2020-terdampak-covid-19>
- CNN Indonesia. (2020, Juli 03). *Serangan Mematikan Corona dan Kebangkrutan Pizza Hut*. Retrieved Oktober 01, 2020, from CNN Indonesia:
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200703122622-92-520446/serangan-mematikan-corona-dan-kebangkrutan-pizza-hut>
- Databoks. (2016, Mei 09). *KFC Lebih Tenar Dibandingkan Pizza Hut Merek Paling Dikenal Menurut Survei Konsumen 2015*. Retrieved from katadata.co.id/:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/09/05/kfc-lebih-tenar-dibandingkan-pizza-hut>
- Dominos.co.id. (2020). *Menu Special Offer*. Retrieved from Dominos.co.id:
<https://www.dominos.co.id/special-offers>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV Penerbit Kiara Media.
- Firmansyah, A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. (T. Q. Media, Ed.) Pasuruan: CV. Penerbit Kiara Media.
- Hasan, M. F. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Harian Umum Pikiran Rakyat Di Kota Bandung Tahun 2020)*. Bandung: Telkom University.
- Hennig-Thurau, T. G. (2014). "Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet?". *Journal of Interactive Marketing, Vol. 18 No. 1*, 38-52.
- Herold, T. S. (2020, August 4). *The Top Food Franchises of 2020*. Retrieved Oktober 19, 2020, from Entrepreneur.com: <https://www.entrepreneur.com/article/354180>
- Jalilvand, R. M., Esfahani, S. S., & Samiei, N. (2011). "Electronic Word-ofMouth: Challenges And Opportunites". *Procedia Computer Science 3*, 42-46.
- Jatmiko, A. (2020, Juli 02). *Pizza Hut Sebut Tak Terpengaruh Bangrutnya Waralaba Di AS*. Retrieved October 2020, 2020, from Katadata.co.id:
<https://katadata.co.id/agungjatmiko/berita/5efdc18f428bb/pizza-hut-sebut-tak-terpengaruh-bangkrutnya-pemegang-waralaba-di-as>
- Jatmiko, B. P. (2020, July 02). *Pemegang Waralaba Pizza Hut Terbesar di AS Terancam Bangkrut*. Retrieved October 19, 2020, from Kompas.com:
<https://money.kompas.com/read/2020/07/02/084800726/pemegang-waralaba-pizza-hut->

- terbesar-di-as-terancam-bangkrut.
- Jayani, D. H. (2020, September 7). *Sektor Usaha yang Paling Rentan Terdampak Covid-19*. (A. W. Yudhistira, Editor) Retrieved Oktober 19, 2020, from databoks.katadata.co.id/
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/07/sektor-usaha-yang-paling-rentan-terdampak-covid-19>
- Katadata.co.id. (2020, September 22). *Misi Ganda Pizza Hut Turun ke Jalan saat Pandemi Corona*. Retrieved October 22, 2020, from KataData.com:
<https://katadata.co.id/ekarina/berita/5f69fa638f257/misi-ganda-pizza-hut-turun-ke-jalan-saat-pandemi-corona>
- Kompas.com. (2020, Oktober 14). *7 Restoran Cepat Saji Jualan di Pinggir Jalan Saat Pandemi, Ada Pizza Hut*. Retrieved Desember 01, 2020, from Kompas.com:
<https://www.kompas.com/food/read/2020/10/14/132815875/7-restoran-cepat-saji-jualan-di-pinggir-jalan-saat-pandemi-ada-pizza-hut?page=all>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Li, C. Y. (2013). "Persuasive messages on information system acceptance: A theoretical extension of elaboration likelihood model and social influence theory". *Computers in Human Behavior* 28, 264-275.
- Lidwina, A. (2020, July 10). *Preferensi Makan Responden Sebelum & Setelah Pandemi Covid-19*. (M. A. Ridhoi, Editor) Retrieved October 19, 2020, from Databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/07/masyarakat-lebih-sering-memasak-di-rumah-sejak-pandemi-covid-19#>
- Liputan 6. (2020, Oktober 2018). *Cerita Akhir Pekan: Pandemi Bikin Waralaba Restoran Raksasa Turun ke Jalan*. (A. Riani, Editor) Retrieved November 28, 2020, from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4384269/cerita-akhir-pekan-pandemi-bikin-waralaba-restoran-raksasa-turun-ke-jalan>
- Matute, J., Polo, Y., Redondo, & Utrilia, A. (2016). *The Influence of EWOM Characteristics on Online Repurchase Intention Mediating Roles of Trust and Perceived Usefulness*.
- Megasari, C. T. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pizza Hut Java Mall Semarang*. Semarang.
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Baker's King Douts & COffe di MX Mall Malang).

- PT, SARIMELATI KENCANA Tbk. (2020). *Financial Report 1Q 2Q - 2020*. Retrieved October 2020, from Sarimelatikencana.co.id:
http://sarimelatikencana.co.id/financial_report.php
- Rangkuti, F. (2015). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT gramedia.
- Rina, R. (2020, april 25). *Ini 7 Bukti COVID-19 Telah Bikin Ekonomi Dunia Hancur Lebur*. Retrieved October 19, 2020, from CBN Indonesia:
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200425183739-4-154449/ini-7-bukti-covid-19-telah-bikin-ekonomi-dunia-hancur-lebur>
- Rosyida, A. F., & Widyawati, N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Darmo Surabaya.
- safitri, D. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Burger King Jemursari*. Surabaya.
- Sarwono. (2016). *Mengubah Data Ordinal ke Data Interval Dengan Metode suksesif*. Jakarta: Erlangga.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Shaharudin, & M., R. (2011). *The Relationship Between Product Quality And Purchase Intention: The Case Of Malaysia's National Motorcycle/Scooter Manufacturer*. *African Journal of Business Management* Vol. 5(20), 8163-8176.
- Shemi, H. (2020, July 03). *Terancam Bangkrut di AS, Pizza Hut Indonesia Justru Tumbuh*. Retrieved October 20, 2020, from IDN TIMES:
<https://www.idntimes.com/business/economy/helmi/terancam-bangkrut-di-as-pizza-hut-indonesia-justru-tumbuh/3>
- Sindonews.com. (2019, September 14). *5 Restoran Cepat Saji Terbesar di Indonesia*. Retrieved from Sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1439402/34/5-restoran-cepat-saji-terbesar-di-indonesia?showpage=all>
- Situmorang, R. T. (2020, November 2020). *Perusahaan Pengelola Pizza Hut (PZZA) Rugi Rp8,6 Miliar pada Kuartal III*. Retrieved from Bisnis.com:
<https://m.bisnis.com/amp/read/20201109/192/1315259/perusahaan-pengelola-pizza-hut-pzza-rugi-rp86-miliar-pada-kuartal-iii>
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Jakarta: CAPS .
- Tanama, B. R. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Denpasar: UNIVERSITAS UDAYANA.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

- TOP BRAND. (2020). *TOP BRAND INDEX FASE 2 2020 KATEGORI RESTORAN PIZZA*. Retrieved October 19, 2020, from www.topbrand-award.com: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=PIZZA
- Victoria, W. (2020, April 19). *Dihajar COVID-19, Semua Sektor Usaha Menurun Kecuali Pertanian*. Retrieved October 19, 2020, from AyoJakarta.com: <https://m.ayojakarta.com/read/2020/04/19/15827/dihajar-covid-19-semua-sektor-usaha-menurun-kecuali-pertanian>
- Widyawati, N., & Rosyida, A. F. (2016, June 6). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 5, Nomor 6*, 1-16.
- Widyawati, L. (2009). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada UD. Surya Phone Samarinda. *E-journal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol 3 No 3.15*, 581.
- Yunitasari, F. (2015). *Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2015)*.
- Zhu, F. Z. (2010). "Impact of online consumer reviews on sales: the moderating role of product and consumer characteristics". *Journal of Marketing, Vol. 74 No. 22*, 133-148.
- Zuhriyah, D. A. (2019, Agustus 22). *Industri Waralaba: Pertumbuhan Ditarget 10% Tahun Ini, Segmen Mamin Jadi Penopang*. Retrieved from ekonomi.bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139761/industri-waralaba-pertumbuhan-ditarget-10-tahun-ini-segmen-mamin-jadi-penopang>