

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. M. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu Sosial lainnya)*. Aswaja Pressindo.
- Abiba, R. W. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kesadaran Halal, Sikap, Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Makanan Kaki Lima Kota Surabaya Dimediasi Minat Beli. In *Uin Malang*.
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. *OSF Preprint*, 1–16.
- Amalia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Hoka Hoka Bento. *D3 Thesis, Universitas Negeri Jakarta*.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Cahya, B. T., Sufiana, F., & Islamiah, M. H. (2020). Impact of Halal Labelization, Consumer Awareness and Behavior Intention Towards Fast Food Buying Decision. *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 17(2), 80–104. <https://doi.org/10.24239/jsi.v17i2.592.80-104>
- Dewi, Y. K., & Gosal, J. (2020). Ketersediaan Membayar Harga Premium Produk Wagyu. *Business Management Journal*, 16(1), 129–144.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fernando, A. D., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Fried Chicken Pada D'besto di Kota Padang Cabang Siteba. *Research Gate*, 1(1), 1–10.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghozali, I. & Latan, H. (2020). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi*

- SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafief Ardhya Bakas, R.R Wening ken Widodasih, & SBR, K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's Di Lippo Cikarang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1221–1230. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1277>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Hult, J. G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R (1st ed.)*. Springer imprint.
- Harwani, Y., & Fauziyah, F. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(3), 285–291. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i3.6659>
- Hazrati Havidz, H. B. (2022). Effect of Price Perception and Service Quality on on Purchase Decisions. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 3(4), 469–481. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4.1473>
- Intania, H., Nobelson, & Suharyati. (2021). Analisis Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee di Jakarta. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1457–1470. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1165>
- Islamiah, F., Harmayanto, H., & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 1(1), 001–008. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v1i1.376>
- Komalasari, F., Christianto, A., & Ganiarto, E. (2021). Factors Influencing Purchase Intention in Affecting Purchase Decision: A Study of E-commerce Customer in Greater Jakarta. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi*

- Dan Organisasi*, 28(1). <https://doi.org/10.20476/jbb.v28i1.1290>
- Kotler dan Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (Keenam). ANDI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, Edisi : 17*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=OYjntgAACAAJ>
- Magbanua, C. R., Olfato, T. M. G., Redota, A. C. M. N., & Etrata, A. J. (2023). Fast Food Industry: Brand Association and Perceived Quality Influence on Purchase Intention of Millennial Consumers. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v7i1.19787>
- Nasib, Tambunan Debora, & Syaifullah. (2021). *Perilaku Konsumen. February*, 1–129. <https://www.researchgate.net/publication/358784067>
- Nasution, F. A. (2023). Keputusan Pembelian: Peranan Motivasi persepsi pembelajaran Pembelian Skincare. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(2), 193–202.
- Nugroho, J. S. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen* (Edisi ke-3). Prenadamedia Group.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajarina, L. O. T. D. I., Kusworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., Kusnadi, Susilawati, E., Yusran, R. R., Juminawati, S., Sukrisno, A., & Kutoyo, S. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*. <https://repository.penerbiteurka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Roskawati, H. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada De'Sushi Japanese Resto Hertasning Makassar*. [http://eprints.unm.ac.id/16038/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/16038/1/JURNAL HILMI.pdf](http://eprints.unm.ac.id/16038/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/16038/1/JURNAL%20HILMI.pdf)
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.

<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

- Sriminarti, N. (2020). Dampak Sikap Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian: Atmosfer Sebagai Variabel Moderasi. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 2(1), 147–153. <https://doi.org/10.37859/mrabj.v2i1.2135>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods)*. Alfabet.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka BaruPress.
- Sungkawati, E., Meliantari, D., Egim, S., & Mulyana, M. (2022). *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*.
- Thaichon, P., Quach, S., & Surachartkumtonkun, J. (2019). Intention to purchase at a fast food store: Excitement, performance and threshold attributes. *Asian Journal of Business Research*, 9(1), 81–101. <https://doi.org/10.14707/ajbr.190057>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Widayanti, W. (2019). Sikap Konsumen terhadap Multiatribut Produk Domino Pizza Dengan Metode Fishbein di Depok. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 19(1), 107–112. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawaladoi:https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>
- Wiramawan, T. H., & Triwardhani, D. (2023). Pengaruh Price, Promotion, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen Mcdonald's Di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 242–252. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i2.202>
- Xue, J., Zhang, W., Rasool, Z., Khan, M. A., Khan, A. I., Khan, A. A., & Abbas, S. A. (2021). Purchasing Intentions toward Fast Food: The Mediating Role of Consumer Attitudes toward Fast Food. *Journal of Food Quality*, 2021. <https://doi.org/10.1155/2021/9931083>
- Yuan, C., Wang, S., & Yu, X. (2020). The impact of food traceability system on consumer perceived value and purchase intention in China. *Industrial*

Management and Data Systems, 120(4), 810–824.
<https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2019-0469>

Yulia, Farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Issue April, p. 79). Deepublish.

Zeithaml, V. D. D. G. M. J. B. (2017). *Service Marketing: Integrating Customer Focus the Firm* (7th Edition). McGraw-Hill.