

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.
- Agustina Rennie, Hinggo Tachta Hichmaed, & Zaki Hammam. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 1–11.
- Aisyah, S. (2020). Manajemen Pemasaran. *Diklat*, 8.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alzate, M., Arce-Urriza, M., & Cebollada, J. (2022). Mining the text of online consumer reviews to analyze brand image and brand positioning. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67(March), 102989. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102989>
- Anang firmansyah. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 336.
- Ansori. (2015). Manajemen pemasaran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Arif, M., & Sari, S. M. (2019). Pengaruh Countrt Of Origin, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi Grab Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Seminar Of Social Sciences Engineering & Humaniora*, 1–66.
- Aydin, H., & Aydin, C. (2022). Investigating consumers' food waste behaviors: An extended theory of planned behavior of Turkey sample. *Cleaner Waste Systems*, 3(September), 100036. <https://doi.org/10.1016/j.clwas.2022.100036>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1),

15–30.

<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>

Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, I. (2018). Food and Beverage Management. In *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (6th ed., Vol. 6, Issue 3). <https://doi.org/10.1177/001088046600700301>

Deliyanti, O. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo : Yogyakarta.

Diana, K. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN AMERICAN FRIED CHICKEN DI PONTIANAK. 6(10), 2299–2310.

Diana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Best Fried Chicken (Bfc) Cabang Sentosa Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(3), 220. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i3.6023>

Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>

Dwiarta, I. M. B., & Ardiansyah, R. W. (2021). The Effect of Price Perception, Quality Perception, and Location on Purchase Decisions. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(2), 222–230.

Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Sophie Martin di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal QTISHADEquity*, 1(2).

Erni Yunaida. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.

Faujiah, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Minimarket Mitra Mart). *Jurnal of Indonesia Management*, 3(1), 37–48.

Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.

George R. Terry. (2013). *Dasar dasar manajemen*.

[https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab 2.pdf?sequence=11](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab%202.pdf?sequence=11)

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23*. Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Undip : Semarang.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*.
- haris Nurdiansyah, R. S. R. (2019). *Pengantar Manajemen*. Diandra Kreatif.
- 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>
- Hidayat, D., Bismo, A., & Basri, A. R. (2020). the Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurants). *Manajemen Bisnis*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i1.11913>
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Immanuel, D. M., & Mustikarini, C. N. (2018). Price Perception: Effect of Coupon Proneness and Sale Proneness on Consumer Impulse Buying. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(1), 51–60. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.01.07>
- Khotimatus, S. (2021). *Siti Khotimatus Sa'adah*. 1–7.
- Kotler, A. (2015). *Marketing An Introduction* (12th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P. keller. (2016). *Marketing Management*. London : Person Education.
- Liliani, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18–48. <https://doi.org/10.52859/jbm.v8i2.85>
- M.Fardiman, S. E. (2020). Pengaruh food quality terhadap keputusan pembelian ayam geprek mba ida jl. datuk di banta kota bima. *Jurnal Brand*, 2(2), 154–

161.

- Maesaroh Siti, gunarso wiwoho. (2023). *Pengaruh E-Wom , Food Quality , dan Resto Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Resto My Tora Chicken Makamhaji*. 5(2), 127–138.
- Manhas, P. S., Manrai, L. A., & Manrai, A. K. (2016). Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25–29. <https://doi.org/10.1016/j.jefas.2016.01.001>
- Mukuan, A. L., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2023). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Instagram, Electronic Word of Mouth dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mozzaoc di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 193–203.
- Munawaroh, M., Putri, S. D. M., & Gunaningrat, R. (2024). Apakah Persepsi Harga dan Cita Rasa Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Rocket Chicken. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 3(1), 36–52. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i1.3275>
- Nadialista Kurniawan, R. A. (2021). *Industry and Higher Education*. 3(1), 1689–1699. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspac e.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i1.3498>
- Pantelidis, I. S. (2023). Food and Beverage (F&B) Management. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.food.and.beverage>
- Potter, N. N., & Hotchkiss, J. H. (2012). *Food Science* (Fifth Edit). Springer Science & Bussiness Media.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>

- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Alauddin University Press.
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Sandala, D., Massie, J. D. ., & Tumbuan, W. J. F. A. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mom Milk Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2721–2730.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Bussines: A Skill Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sri Wahyuni, W. (2022). *Pengaruh brand image , kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen mobil hrv di kota madiun*.
- Sugianto Jimmy dan Sugiono Sugiharto, S. E. . M. M. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Danprice Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Danprice Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya*, 1(2), 1–10.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Taqwim, C., Aditi, B., Pentana, S., & Bisnis, F. E. (2021). The Effect of Cafe Atmosphere and Food Quality on Revisit Intention with Customer Satisfaction as a Mediating Variable at Cafe in Medan City. *Jurnal Ekonomi LLDikti Wilayah*, 1(2), 2807–4009.
- Tendean, M. R., Mananeke, L., Roring, F., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2020). Pengaruh Viral Marketing, Store Location Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di McdonaldS Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 146–155.
- Thomson, & Ginting, L. (2016). *Adoc.Pub_Analisis-Pengaruh-Kualitas-*

Pelayanan-Konsumen-Pada.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian.* yogyakarta.

Vanya, D. N. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN KECIL DI JAKARTA* (p. 5).

Yanuar Firmanto. (2019). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Chicken KFC. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–83.

Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.

