

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, Y. T. M. B. C. (2023). *Nama Waralaba KFC Waralaba Rocket Chiken Waralaba RICHESSE Factory Waralaba BFC Waralaba CFC*. 25(2), 128–135.
- Al Adawiyah, R., & Rahardjo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Mirai'E Cafe&Resto). *Budi Rahardjo Manager*, 5(3), 270–275.
- Alivia, A. N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 3(3), 474–480. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i3.86>
- Bondarenko, V. (2023). Promotional marketing. *Promotional Marketing*, 4(2), 14–26. <https://doi.org/10.4324/9780203705810-2>
- Caputo. (2021). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*.
- Chernev. (2020). Brand Image dan Brand Awareness. *Brand Marketing : The Art of Branding, January*.
- Chithravani, K., & Andrew, A. (2021). The Impact of Seasonal Promotional Tools on Consumer Purchase Decision Toward Appliance Industry Hatton Area, Nuwara Eliya District. *Journal of Management*, 16(2), 09–16. <https://doi.org/10.4038/jm.v16i2.7626>
- Elaine Kang, Kevin, Mohd. Nawi Purba, & Ara Auza. (2024). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kfc Pada Mahasiswa Unpri Medan. *Mount Hope Management International Journal*, 2(2), 94–106.
- Fadilah, P., Barkah, Listiana, E., Hasanudin, & Fauzan, R. (2020). The Impact Of Food Quality and Pprice Discount Toward Brand Image and Purchase Decision. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1951–1962.
- Firmansyah. (2019). *Brand Image (Citra Merek): Pengertian, Indikator, Manfaat, dsb*. Gamal Thabroni. <https://serupa.id/brand-image-citra-merek-pengertian-indikator-manfaat-dsb/>
- Gede Alit Widiana, I., & Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. (2024). Pengaruh Citra merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mixue di Kintamani. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(2), 2024.
- Ghozali. (2016a). *Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear*. Binus University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Ghozali. (2016b). *MEMAHAMI UJI T DALAM REGRESI LINEAR*. Binus. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji T %28Test T%29 adalah salah satu test,sama%2C tidak terdapat perbedaan yang signifikan %28Sudjiono%2C 2010%29.>
- Ghozali. (2018). Uji Reliabilitas. *123dok*.
- Gunjarati. (2001). Kupas Tuntas Apa Itu Uji F, Rumus dan Tabel Ujinnnya. *Ilham Mutu*.
- Hasbullah, & Muchtar. (2022). Promosi, Pengaruh Terhadap, Kualitas Produk Pembelian, Keputusan Donald, Mc Kertoarjo, Manyar. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 13*.
- Hermawan. (2018). *Kajian teori*. 4(1), 6.

- Hutahaean, D. W. S. (2021). *Pengertian Teori Situasional*. Ragam Info. <https://kumparan.com/ragam-info/pengertian-teori-kepemimpinan-situasional-dan-contohnya-21sfUsRNke0/2>
- Imenda. (2014). *Kerangka Konseptual: Pengertian, Tujuan, dan Cara Membuat*. Siti Badriyah. https://www.gramedia.com/literasi/kerangka-konseptual/#google_vignette
- Indayani, V. A. R. L. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Intan, D., Widodo, D. S., & Rachmawati, D. (2025). The influence of brand image and promotion on purchase decisions of Eiger footwear products. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2726–2738. <https://doi.org/10.60036/jbm.847>
- Ismanto. (2020). *Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction): Pengertian, Manfaat, Dimensi, dsb*. Gamal Thabroni. <https://serupa.id/kepuasan-pelanggan-customer-satisfaction-pengertian-manfaat-dimensi-dsb/>
- Kakisina, M., & Lego, Y. (2021). *Pada Pelanggan Kfc Cabang Kakialy Di Ambon*. III(4), 1118–1126.
- Keller. (2020). *Kajian Pustaka*. 32(3), 167–186.
- Keller, K. dan. (2016). *Promosi: Pengertian, Tujuan, Strategi & Promosi Bauran*. Gamal Thabroni. <https://serupa.id/promosi-pengertian-tujuan-strategi-promosi-bauran/>
- Keller, & Swaminathan. (2020a). *Brand Image (Citra Merek): Pengertian, Indikator, Manfaat, dsb*. Gamal Thabroni. <https://serupa.id/brand-image-citra-merek-pengertian-indikator-manfaat-dsb/>
- Keller, & Swaminathan. (2020b). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 310–317. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28097>
- Kotler, & Amstrong. (2022). *Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahli*. Serafica Gischa. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli>
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Pengertian Promosi*.
- Kotler, K. dan. (2016). *Indikator Keputusan Pembelian dalam Perspektif Konsumen*. Hestanto. <https://www.hestanto.web.id/indikator-keputusan-pembelian-dalam-perspektif-konsumen/>
- Kotler, P. (2021). *7 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli*. Vanya Karunia Mulia Putri. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/12/100000869/7-pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli>
- Kusmaryono, I., Wijayanti, D., & Maharani, H. R. (2024). Number of Response Options, Reliability, Validity, and Potential Bias in the Use of the Likert Scale Education and Social Science Research: A Literature Review. *International Journal of Educational Methodology*, 8(4), 625–637. <https://doi.org/10.12973/ijem.8.4.625>
- Laksana. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Leonardo, C., & Firdausy, C. M. (2025). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Janji Jiwa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(2), 501–513.

- <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i2.34007>
- Maharani, S., & Saputro, A. H. (2025). *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*. 10266–10278.
- Mahmud, A. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 6(1), 258–271. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.921>
- Manap. (2016). *Pengertian Pemasaran dilengkapi Strategi, Fungsi, Bauran, dsb*. Gamal Thabroni. <https://serupa.id/pengertian-pemasaran-dilengkapi-strategi-fungsi-bauran-dsb/#:~:text=Selanjutnya%2C menurut Tjiptono %26 Diana %282020%2C hlm.3%29%2C pemasaran,dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.>
- Mangkunegara. (2019). *Pengertian Keputusan Pembelian*. Serupa.Id. <https://serupa.id/keputusan-pembelian-pengertian-proses-dimensi-indikator-dsb/>
- Miguna, A., & Nurhafifah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Nasution, A. A., & Sutejo, B. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Vanya Karunia Mulia Putri*.
- Natasha, D. P., Hariasih, M., & Yani, M. (2025). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian KFC di Suncity Mall Sidoarjo. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(4), 1065–1085. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.5842>
- Prastyawan, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Thrifting) Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi. *Universitas Jambi*, 1–23.
- Purnomo et al. (2025). *PEMBELIAN MELALUI APLIKASI PESAN MAKANAN GO-FOOD JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 9(2), 885–897.
- Riyanto, R., Nursal, M. F., & Sumantyo, F. D. S. (2025). *DALAM KEMASAN MEREK LE MINERALE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2021)*. 3(8), 349–360.
- Rizal. (2020). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam Dinamika Perilaku Konsumen*. Hestanto. <https://www.hestanto.web.id/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-pembelian-dalam-dinamika-perilaku-konsumen/>
- Sasongko, R., Sasongko, R., Silaban, L. F., Pratama, P., & Kusnul, S. (2025). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald ' s dengan berbagai bentuk dan jenisnya . Perkembangan ini meningkatkan persaingan di bidang Purchasing Priorities pada tahun 2016 , 80 % masyarakat di Indonesia lebih memilih restoran. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 236–249.
- Sinulingga. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Siyoto. (2015). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. Muchlisin Riadi. <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>
- Sopiah, S. (2016). *Kualitas Produk: Pengertian, Dimensi, Indikator, Faktor &*

- Pendekatan*. Serupa.Id. <https://serupa.id/kualitas-produk-pengertian-dimensi-indikator-faktor-pendekatan/>
- Sudaryono. (2016). *Pengertian Pemasaran menurut Para Ahli, Konsep, Fungsi Bauran dan Strategi Pemasaran*. Daniel. <https://ekonomimanajemen.com/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Sugiyono. (2009). *Hipotesis: Pengertian Menurut Ahli, Ciri-Ciri, Jenis, dan Contohnya*. Sastra Wacana. <https://www.sastrawacana.id/2023/09/hipotesis-pengertian-menurut-ahli-ciri.html>
- Sugiyono. (2020). *Bab iii metodologi penelitian. i*, 16–28.
- Sugiyono. (2021). Metodologi Penelitian. *Nursukma*, 6(Juli), 204.
- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian*. 32(3), 167–186.
- Sugiyono. (2023). *Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber dan Metode*. Yusuf Abdhul Azis. <https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/>
- Sunyoto. (2015). *Strategi Promosi: Pengertian, 6 Strategi Pokok & Faktor yang Mempengaruhi*. Serupa.Id. <https://serupa.id/strategi-promosi-pengertian-6-strategi-pokok-faktor-yang-mempengaruhi/>
- Sutama. (2016). Definisi Operasional: Ciri, Contoh, Cara Menyusunnya. *Salma*.
- Swasty. (2016). *Pengertian Citra Merek dan indikatornya*. Creator Media. <https://creatormedia.my.id/pengertian-citra-merek-menurut-para-ahli/#gsc.tab=0>
- Taufik. (2023). *PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM), CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KFC DI KOTA PONTIANAK*.
- Tjiptono. (2001). *27 Pengertian Promosi Menurut Para Ahli (Pembahasan Lengkap)*. Studinews. <https://www.studinews.co.id/pengertian-promosi-menurut-para-ahli/>
- Tjiptono. (2019). *Kualitas Produk: Pengertian, Dimensi, Indikator, Faktor & Pendekatan*. Gamal Thabroni. <https://serupa.id/kualitas-produk-pengertian-dimensi-indikator-faktor-pendekatan/>
- Tjiptono. (2020). *Pengertian Keputusan Pembelian*. Serupa.Id. <https://serupa.id/keputusan-pembelian-pengertian-proses-dimensi-indikator-dsb/>
- Tjiptono, & Diana. (2020). *15 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli*. Sastrawacana.Id. <https://sastrawacana.id/15-pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Vigna, J. P., & Mainardes, E. W. (2019). Sales promotion and the purchasing behavior of food consumers. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(3), 101–129. <https://doi.org/10.5585/remark.v18i3.16368>
- Wati, N. M. H. F. H. B. J. A. (2024). Penjelasan Keputusan Pembelian “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian”. *Skripsi Univerisitas Al – Azhar.*, 12(1), 299–310.
- Wijaya. (2018). *Kualitas Produk: Pengertian, Dimensi, Indikator, Faktor & Pendekatan*. Serupa. <https://serupa.id/kualitas-produk-pengertian-dimensi-indikator-faktor-pendekatan/>