

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224–231. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.174>.
- Abdurrahman, N. H. (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *At-Tawassuth*, 2(1), 122–145. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth>.
- Asnawi, N., & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Pres.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi. (2022). *Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka 2022*. Banyuwangi: BPS Kabupaten Banyuwangi.
- Dewi, K. I. L., Yulianthini, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Kesehatan Di Kota Singaraja. *Manajemen*, 5(2), 82–92.
- Elmiliasari, D. F. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(1), 66–83. <https://doi.org/10.33367/at.v2i1.1128>.
- Ernawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>.
- Firmanto, Y. (2019a). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Chicken KFC. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–83.

- Firmanto, Y. (2019b). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Chicken KFC. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–83.
- Fitriani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Batavia Fried Chicken Kawalu Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kelvinia, Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85–98. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795>.
- Kevinli, & Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 6(1), 44–53. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i1.36>.
- Lestari, A. D., & Syarif, R. (2021). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken (Studi Kasus KFC Buaran Plaza). *Jurnal Ikraith Ekonometrika*, 4(3), 290–299.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.
- Melinda, M. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Vegas Fried Chiken (VFC) di Kota Bandung)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas Bandung.
- Mokoagouw, M. L. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It

Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 493–502. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10913>.

Ratnasih, C., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Perumahan Pekayon Bekasi Selatan. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 1–14.

Rosmayati, I., Hanifah, H. S., & Budiman, A. F. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kopi pada Mahkota Java Coffee Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 19(3), 185–191. <https://doi.org/10.52434/jwe.v19i3.936>.

Sari, D. P., & Kurniawati, O. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Nelongso Nginden Semolo Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(3), 461–468. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v20i3.423>.

Setiawan, O., Simorangkir, E. S., & Purwati, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 64–77. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Silaban, S. E., Elisabeth, E., & Sagala, R. (2019a). 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>.

Silaban, S. E., Elisabeth, & Sagala, R. (2019b). 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>.

Siregar, A. M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 96–103. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.884>.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode*

*R&D*. Bandung: Alfabeta.

Utami, indah wahyu. (2017). *perilaku konsumen*. Surakarta: CV Pustaka Begawan.

V. Wiratna Sujarweni. (2019). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Wekke, I. S., & dkk. (2019). Metode Penelitian Sosial. In *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku.

Wietama, W., & Febriansyah. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 77–86.

Zuhro, Z., & Budiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Crispy (Studi Pada Dynes Fried Chicken Cabang Kaliasin Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–19.