

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 15 No 1*, 95-107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Nangorian Coffe Jatinangor.
- Barker, C. Pistrang, N & Elliot, R (2016). ***Research Methods in Clinical Psychology***. (3rd ed.). John Wiley & Sons, LTD, Chichester UK
- Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi Pada Usaha Kuliner Mie Keriting Belibis Bogor. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 3 No 1*.
- Agustin, L. (2021). Pengaruh Produk Coffe dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Cepat Saji Coffe Diponegoro Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Vol 9 No 2*, 1202-1208. <https://doi.org/10.26740/jptn.v9n2.p1202-1208>
- Akbar, A. S., Destika, Safitri, N., Khasanah, S., & Alparisin, M. R. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mc. Donald's Kota Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 4 No. 2*. <https://doi.org/10.26460/eden.v4i2.2491>
- Alma, B. (2018). *Pengantar Manajemen dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Anang, & Budi. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Apriliani, P., Tikawati, & Fadhillah, N. (2021). *The Influence of Brand Image, Halal Label, and Product Quality on Coffe Purchase Decision at Samarinda*. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business*, 202-218. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.21>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Atikah, N., Rushadiyati, Nurminingsih, & Asim. (2023). *The Influence of Product*

Quality and Price on Customer Satisfaction in Chicken Tangan Mas Salam Cikrang West Java. Journal of Entrepreneur and Business Volume 1 No 2, 74-84.

<https://doi.org/10.52643/joeb.v2i1.6>

Erni, & Kurniawan. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.

Fajrin, M. R., & Prabowo, R. E. (2023). *The effect of Promotion, Perceived Price and Quality of Service on Coffe Purchasing Decision in the City of Semarang. SEIKO : Journal of Management & Business Volume 6 Issue 1, 576-583*

<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4425>

Fauziyyah, A., Yulia, I. A., & Pranamulia, A. (2022).

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen A&W dengan Promosi sebagai Variabel Moderasi. *Transformatif, Vol. XI Nomor 2, 104-115.*

<https://doi.org/10.58300/transformatif.v11i2.320>

Febriani, I. D., & Surono. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cheese Chicken Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 11 No. 1, 831-839.*

<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.809>

Firmansyah, A., & Mahardika, B. (2019). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Firmanto, Y. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Cabang Cibaduyut. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 3 No. 1.*

<https://doi.org/10.36555/almana.v3i1.445>

Gavin, D. A. (2019). *Managing Quality*. New York: Free Press.

Hidayati, N., & Kurnianingsih, H. (2022). Menguji Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Cabang Solo. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen, Vol.11, No. 2, 61-71.*

<https://doi.org/10.33024/jrm.v11i2.6161>

Husen, I. A., & Setiawan, D. A. (2023). *The Influence Of Price, Word Of Mouth and Service Quality On Fast Food Purchasing Decision Sabana Fried Chicken, Calincing Branch, North Jakarta. International Journal of Social Science (IJSS) Vol.2 Issu 5, 2209-2228.*

<https://doi.org/10.53625/ijss.v2i5.4934>

- Ilmandani, D. S., & Kusmayadi, O. (2022). *The Effect Of Brand Image And Price on Purchase Decision At A&W Fast Food Restaurant Karawang*. *Primanomics Journal Economics and Business Vol 20 No 3*, 1445-1450.
<https://doi.org/10.31253/pe.v20i3.1445>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle of Marketing. 17e Global Edition*, Pearson Education Limited. United Kingdom: CM17NA.
- Kotler, P., & Keller. (2020). *Manajemen Pemasaran (Ke 15, Jilid 1&2 Alih Bahasa: Bob Sabran ed.)*. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset.
- Merentek, F. F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2017). *The Effect Product Quality, Store Atmosphere and Service Quality Toward Purchase Decision (Coffe) Bahu Mall Manado*. *Jurnal EMBA Volume 5 Nomor 2*, 2893-2847.
<https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17163>
- Musyawah, I. Y. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (RJA). *Journal of Economic, Management and Accounting Vol 1 No 1*.
- Nabilaturrahman, A., Wiranata, I. A., & Ivona, L. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian Coffe di Grand Wisata Bekasi di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen Volume 13 Nomor 1*, 72-80.
<https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i1.9118>
- Nazirah, & Parani, H. B. (2021). Pengaruh Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Coffe Hasanuddin Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol 7 No 2*, 107-117. <https://doi.org/10.22487/jimut.v7i2.229>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada 212 Mart Cikaret). *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam Vol 2 No 2*.
- Putra, I. A., Chumaidi, A., & Fadhli, K. (2022). *Price and Quality Analysis of Purchasing Decision Making at Rocket Chicken Mojokrapak Jombang*. *INCOME: Innovation of Economics and Management Vol 1 No 3*, 78-83.
<https://doi.org/10.32764/income.v1i3.1829>

- Rachmawansyah, R., & Rohman, M. S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Volume 9 Nomor 6*.
- Rahmah, R. F., Marpaung, M., & Lubis, I. S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Pada Masa Pandemi. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Polmed Volume 3 No1*, 30-37. <https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.863>
- Rizkyani, M. A., & Anggraeni, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kemasan, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Hokben. *Jurnal Mirai Management Volume 7 Issue 3*, 482-487. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.3309>
- Safitri, A., & Santoso, A. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen McDonald's Ngaliyan Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business Volume 6 Issue 1*, 33-45. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3761>
- Salea, C., Lopian, S. J., & Tielung, M. V. (2021). *Analysis Of The Effect Of Price Perception And Promotion On Consumer Purchase Decision At Fast Food Restaurant Of Coffe Manado During The Covid-19 Period*. *JurnalEMBA Vol.9No.4*, 1293-1302. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.37339>
- Sarinah, & Mardalena. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Silaban, S. E., Elisabeth, & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Simpang Mataram Medan. *JRAK – Vol. 5 No. 2*, 209-228. <https://doi.org/10.54367/jrak.v5i2.534>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor1*.
- Sudarso, A., Suryati, L., Saragih, L. S., Syarif, S. H., & Nazara, K. P. (2022). *The Influence of Brand Image, Price, Product Quality, and Distribution on Purchase Decisions for Fiesta Chicken Products At Smart Superstore Medan City*. *Journal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS) Vol 4No 2*, 339-344. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.1839>

- Sudarso, S., & Sukiman, S. (2022). *Analysis of The Influence of Product Quality and Price on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as An Intervening Variable in Restaurants Coffe Surabaya*. *SINERGI : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Vol 12 No 2*.
<https://doi.org/10.25139/sng.v12i2.5740>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Suhendri. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada A&W Supermall Karawaci. *Primanomics Journal Economicsand Business Vol 17 No 2*.
<https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.175>
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Yamaha Mio di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen Volume 6 No 1*.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, R., Broto, B. E., & Hanum, F. (2022). *Effect of Price, Promotion and Product Quality on Consumer Satisfaction) Quality Rantauprapat*. *Budapest International Research and Critics Institute- Journal (BIRCI-Journal) Volume 5 No 2*, 9244-9256.
<https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.4711>
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.