DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York The Free Press

Aaker, D.A. (1996). *Building Strong Brands.* Free Press.

Abi, YI. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* Volume 15. No.1, April 2020: 95-107.

Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1, Mei 2017:660-669.

Andriani, Achmad Daengs GS., Retno Susanti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Makanan Cepat Saji (Studi Kasus di KFC di Surabaya). *JURNAL JUMMA* Vol. 1 No. 1 (2022): April|, Hal 104-110.

Apriliani, P., T. Tikawati, and N. Fadhilah. (2021). The Influence of Brand Image, Halal Label, and Product Quality on Kentucky Fried Chicken (KFC) Purchase Decisions. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business,* 2021, 202-218.

Barreto, Julio Saldanha; Dewi, Luh Komang Candra Dewi; dan Ximenes, Lucio. (2023). *The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions of Packaged Drinking Water in Liquica District, Dili-Timor Leste. Internatinal Journal of Multicultural and Multireligious*

Understanding (IJMMU) Vol. 10, No. 1, January 2023. pp.332-340.

Darmajaya, IBD dan TGR. Sukawati (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 12, 2018: 6391 – 6419.

Dharma, NPSA dan IPG. Sukaatmadja. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.4 , No.10, 2015: 3228 – 3255.

Fanitawati, N. (2020). Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Di Dapur Putih Cafe, Metro. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Firdaus, MF. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Warung Kopi. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) PGRI Dewantara Program Studi Manajemen Jombang.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan. Strategy*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.

Firmanto, Y. (2019). Pengaruh Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Chicken KFC. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 3 No. 1/ April 2019 : 74-83.

Freyla, F. M., Kaligis, F. A. O., & Pelleng, D. L. T. (2020). Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Megamall Manado. *Productivity*, *1(5)*, 426–429.

Hartono, Melissa Eka Murti dan Wicaksana, Primaraga Sumantri. 2023. The Influence Of Brand Image Product Quality And Price On Purchase

Decisions Of Garnier Facial Cleanser Products in South Cikarang. Enrichment: Journal of Management ISSN, Vol. 13, No. 2, June 2023: pp 947-955.

Hasanah, Amalia dan Eka Komalasari. (2021). Analisis Citra Merek (Brand Image) Pada KFC Cabang Sudirman Pekanbaru. *VALUTA* Vol. 7 No 1, April 2021: 37-45.

Hidayati, N dan H. Kurnianingsih. (2022). Menguji Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian KFC Cabang Solo. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, Vol.11, No. 2, Juni 2022: 12-21.

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/restoran-cepat-saji-paling-populer-di-indonesia-pada-2022-siapa-teratas diakses Oktober 2022.

Insan, IA. dan Ramli. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Cepat Saji Pada Kentucky Fried Chicken MTOS di Makasssar. *Jurnal Brand*, Volume 1 No. 2 Desember 2019.

Irawan, IA. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Kelola: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 7, No. 1, April 2021, Hal. 17-32.

Juliandra, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Brand Image, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Makanan Cepat Saji KFC Giant Metropolitan City Pekanbaru. *Skirpsi*. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kaligis, FFM., FOA. Pelleng, dan D L. Tampi. (2020). Brand Image terhadap

Keputusan Pembelian pada KFC Megamall Manado. *Productivity*, Vol. 1 No. 5, 2020: 426-429.

Kholis, N and A. Ma'rif (2021). The Influence Of Price And Income On Purchase Decisions Among Fast-Food Consumers: The Mediating Effect Of Lifestyle. *Internationale-Conference on Business Management (e-ICBM2021*) "Reforming Business Management in Digital Era" Faculty of Business and Management, Universiti Sultan Zainal Abidin (UniSZA) l 4-15th September 2021: 94-103.

Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing 17th red*. New York.

Kotler, P., (1997). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., dan Amstrong, G, M. (2017). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education, Inc.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*.Jakarta: PT. Indeks

Kotler, Phillip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.

Li, Y., J. Yao, & J.Chen. (2021). The negative effect of scarcity cues on consumer purchase decisions in the hospitality industry during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management* 94 (2021) 102815.

Manyu, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian KFC (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Kota Malang di masa PPKM). *Skripsi*. Universitas Islam Malang Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Malang.

Murniyanti,S., MR. Wibowo dan Rukmini. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Kentucky Fried Chicken Di Kecamatan Medan Johor. *Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora SCENARIO 2020* | Medan - Sabtu, 26 Desember 2020: 407-419.

Nazirah dan SB Dg Parani. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di KFC Hasanuddin Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* (*JIMUT*) Vol. 7, No 2, April 2021, 107-117.

Novianti, N. (2021). Pengaruh Halal Awareness, Pendapatan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal MUI (Studi Pada Milenial Muslim Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnisuniversitas Brawijaya Malang.

Pinem, Nia Andrini BR. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Putusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC). *Skirpsi*. Program Studi Manajemen Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan Medan

Pinem, A. P. R., Indriyawati, H., & Pramono, B. A. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Lokasi Industri Berbasis Spasial Menggunakan Metode MOORA. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem*

Informasi), *7(3)*, 639–646.

Poluan, JG., GG. Lumintang, dan VN Untu. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal EMBA* Vol.4 No.3 September 2016, Hal. 671-681.

Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Saputra, AR., Z. Wahab, MS. Shihab, and M.Widiyanti. (2022). The Influence of Brand Image and Prices on KFC Product Purchase Decision: Case Study at KFC Prabumulih Branch. *International Journal of Social Sciences*, 5(3), 146-152.

Saputra, R., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Produk Susu Bear Brand Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *9(2)*, 261–269.

Sari, RM dan Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*Vol. 5 No. 3, 2021: 1171-1184.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior. 8th edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Setiadi, N.J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk. Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta : Kencana.

Sudaryono. (2014). *Budaya dan Perilaku Organisasi*. Jakarta : Lentera Ilmu

Cendekia

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alphabet.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi.* Yogyakarta: Andi Offset.

Susanti, S., & Suyanto, S. (2015). Nalisis Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Sebagai Kriteria Perumusan Opini Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, *10(4)*, 10–17.

Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Suyanto, D. dan FE. Susanti. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Swastha, B. dan Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi.

Tusri, Yudi, Meirani Betriana, Chairani Adelina. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Prabumulih. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Volume 25, No. 2, Agt 2023: 128-135.

Vindiana, Afina Putri dan Lestri, Fauziah. 2023. Pengaruh Citra Merek, Kualitas

Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman Vol. 16 No. 1*, Januari 2023. 47-62.

www.topbrand-award.com diakses Oktober 2022

Zhu, DH., .Deng & YP. Chang. (2020). Understanding the influence of submission devices on online consumer reviews: A comparison between smartphones and PCs. *Journal of Retailing and Consumer Services* 54 (2020) 102028: 1-7.