

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Di Kota Bengkulu. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107.
- Al-Faatihah & Oktini. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai Mie Yamin dan Baso Restorja. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1).
- Alfiah, A., Suhendar, A., Yusuf, M., Studi Administrasi Bisnis, P., & Tinggi Ilmu Administrasi Bandung, S. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merk Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503.
- Alisa dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 9.
- Anam dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136.
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhilah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574.
- Annisaa dkk. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(01).
- Aris Purwantinah. (2021). *Pengelolaan Bisnis Ritel*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Aryo Bimo. (2023). *Strategi Defensif Mie Gacoan Dengan Kehadiran MCD di Purwokerto*.
- Azizah & Prasetio. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan di Instagram, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Azizah & Winarno. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Jakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1).

- Azmy dkk. (2020). The Effect of Brand Image and Perception of Products on The Purchase Decisions of Matic Motorcycle in East Belitung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 31–42.
- Budiman Bancin. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth:Perannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina*. CV. Jagad Media Publishing.
- Cynthia dkk. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1).
- Daniella dkk. (2023). *Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Wage Tulungagung* (Vol. 2).
- Delgado- Ballester, E., & Luis Munuera- Alemán, J. (2012). Brand trust in the context of consumer loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1238–1258.
- Dewi Laksmi dan Ketut Giantari. (2023). *Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, Dan Kualitas Produk*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Fandy Tjiptono. (2016). *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*. Cv.Andi.
- Fandy Tjiptono. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan,dan Penelitian*. Andi.
- Fatihah Sari, V., Anindita Hayuningtias, K., Ekonomika dan Bisnis, F., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Queensland. In *SEIKO : Journal of Management & Business* (Vol. 5, Issue 2).
- Freddy Rangkuti. (2013). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pertama Internasional.
- Harinie, L. T. dkk. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (M. A. Wardana, Ed.). CV. Intelektual Manifes Media.
- Hasan dkk. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. CV. Pena Persada.

- Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- J Paul Peter & Jerry C.Olson. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran: Rencana Strategi Marketing* (9th ed.). Salemba Empat.
- Jannah dkk. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2).
- Kelvinia. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2).
- Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 103–110.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler et all. (2020). *Principles Of Marketing* (8th ed.). Pearson Education Ltd.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Matua*, 4(2), 375–386.
- Miati. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2), 71–83.
- Nasution dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ecobisma*, 7(1).
- Nuraini & Novitaningtyas. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang* (Vol. 3, Issue 2).

- Nurlia, L. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 2(3), 1–12.
- Okhtavia & Setiawan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga NIKE. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 357–369.
- Priansa. (2016). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Ridhwan Mustajab. (2023). *Industri Makanan & Minuman Tumbuh 4,62% pada Kuartal II/2023*.
- Riyanto & Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish CV.BUDI UTAMA.
- Rusmewahni. (2022). The Influence of Product Quality And Brand Image on Purchasing Decisions For Lemank Batok In Tebing Tinggi City. In *International Journal of Educational Review*. Law And Social Sciences [IJERLAS].
- Salsabila & Maskur. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2021–2156.
- Santoso dkk. (2018). *Faktor- Faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan pada remaja di surabaya*.
- Saota dkk. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmu Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2).
- Sinuraya dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethic. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Edisi Pertama (1 st ed.)*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.

- Supu dkk. (2021). The Effect Of Product Price, Promotion, And Product Quality On Consumer Purchase Decisions On Samsung Smartphone Product In Manado. *Jurnal Emba*, 9(3).
- Tampubolon & Adlina. (2023). Pengaruh Brand Image dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian (Pada Konsumen Mie Gacoan Medan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1).
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). CV. Andi.
- Tjiptono. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Cv. Andi.
- Trihapsari & Talkah. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Matahari Brand Trenggalek Saat Pandemi Covid –19. *Otonomi*, 22(1).
- Triyono & Susanti. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Healthy Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 3, Issue 3).
- Viana & Hartati. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta) (Vol. 3, Issue 2).
- Wiputra dkk. (2022). The Influence of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions at Rumah Kopi Renon. *Agribusiness Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.31327/aj.v5i1.1721>