

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Adetiya, L., & Rahmawan, G. (2021). The Effect of Product Quality, Innovation and Price To Purchasing Decisions of Noodle Product. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTI SCIENCE*, 1(10), 60–70. www.kataloghargamurah.com
- Ajib, A. F., Priadi, A., Sufri, M., & As'ad, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 111–119.
- Alimansyah, N., Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Burger King Jatiasih. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1), 429–442. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v10i1.671>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *JSMB*, 6(2), 2019–2096. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Aulia Rahmah, N., & Pradana, M. (2022). *The Influence Brand Image And Product Price on Starbucks Coffee Purchase Decision (A Case Study of Starbucks Coffee Consumers in Bandung City)*. *E-Proceeding of Management*, 9(1), 91–97.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2).
- Fajrin, M. R., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian KFC di Kota Semarang. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 576–583. www.topbrand-award.com
- Febriani, I. D. , & Suroño, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Cheese Chicken* Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 831–839.

- Firmansyah, A. M. (2018). *Perilaku konsumen: (sikap dan pemasaran) (1st ed.)*. CV.Budi Utama.
- Fuadi, N., Khairawati, S., & Sasono, H. (2019). Pengaruh Store Layout, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Rasional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Islam*, 19(2), 85–97.
- Gozhali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan pembelian Di Burger King Trans Studio Mall Cibubur. *JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA*, 2(1).
- Hutasoit, P. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kue Donat Pada Usaha Dunkin Donuts Di Kota Medan. *Jurnal of Social Research*, 1(7), 82–100. <https://dunkindonuts.com>
- Jasmani, & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *Pinisi Discretion Review*, 3(2), 2580–1317.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth* (Global Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran (12th ed.)*. Penerjemah Benyamin Molan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I.*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo.
- Kusuma Dewi, C., Sahroni, M., Nasuha, I. L., & Mahendra, I. G. N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts Di Kota Surabaya. *MUFAKAT: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Kusumaningrum, R., & Sari, D. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dunkin Donuts Di Kota Semarang. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6927. <https://www.kompasiana.com/>
- Kusumaradya, N., Wagiman, & Purwadi, D. (2021). Service quality and brand image influence on the purchase decision of coffee shop products in Yogyakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 828(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/828/1/012060>

- Oktrichaendy, F., Pradhanawati, A., & Djoko Waloejo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Rahayu, E. S., & Nursanta, E. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian J. Co Donuts & Coffee. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 3(1), 1-10.
- Riana Fatmaningrum, S., Fadhilah, M., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1).
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). *The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions*. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.gems360>
- 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. www.jurnal.uniga.ac.id
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susaty Herlambang. (2014). *Basic marketing (dasar-dasar pemasaran) : cara mudah memahami ilmu pemasaran* (Susaty Herlambang, Ed.; Cet. 1). Gosyen Publishing.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *JBE*, 26(2), 146–154. <https://www.unisbank.ac.id/ojs>;
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa : Prinsip, penerapan, dan penelitian* (1st ed.).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi Offset, Ed.; 4th ed.).
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Top Brand Award Toko Donat 2023*. (2023 December 26). [Internet]. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&tbi_index=topbrand&category=retail&type=subcategory&tbi_find=donat

Triwardhani, D., Aswar, K., & Supriyadi, Y. N. (2022). *The Effect of Halal Label Perception, Lifestyle and Quality of Service on Purchase Decision at Starbucks Coffee in Indonesia*. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 14(4), 42–49.

Valentha, F. V. , Satoto, E. B. , & Reskiputri, T. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk J.CO ROXY SQUARE JEMBER. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 337-348.

Yakin, R. A., & Hutauruk, B. M. (2023). *The influence of brand image, location and price on purchasing decisions of Dunkin' Donuts products*. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(3), 457–461. www.exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS

