

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. N., & Rosyidi, S. (2023). *Pengaruh persepsi harga, customer review, customer rating dan promosi flash sale terhadap keputusan pembelian di shopee*. 12(1), 48–60.
- Cahyani, N., Hadita, H., Komariah, N. S., Faeni, D. P., & Hendayana, Y. (2024). Pengaruh Brand Image dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Richeese Factory Golden City Kota Bekasi. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 62–80.
- Daftar Menu A&W 2025, Lengkap dengan Harganya. (2023). Tokopedia.Com. https://www.tokopedia.com/blog/menu-aw-tvl/?utm_source=google&utm_medium=organic
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS*. Guepedia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=acpLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=uji+validitas+adalah&ots=IZm2QThn_2&sig=tddTzGWJLHiLw1g_I-iZmNQOHPQ&redir_esc=y#v=onepage&q=uji+validitas+adalah&f=false
- Dian Lusiana Dewi, Mashur Fadli, R. J. (2024). Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gubuk Coffee Pekanbaru. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1–9.
- Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Fahreza, M. P., & Siahaan, S. L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Estilo Coffee. *Panorama Nusantara*, 17(2), 1–12. <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/panorama>
- Faujiah, R., Fitriadi, B. W., & Barlian, B. (2023). *The Effect Of Price Perception , Location And Facility Perceptions On Purchasing Decisions (Survey On Consumers Of Mitra Mart Minimarkets) Pengaruh Persepsi Harga , Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Minimarket Mitr*. 3(1), 37–48.
- Febrianti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 437–440. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.148>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi analisis multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D.,

- & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Judianto, S. V., & Yuniarinto, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(3), 696–706. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.3.12>
- Landeng, R. J. G., Mandeny L, S., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Cita Rasa , Persepsi Harga dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba Sel-Sel Cheesetea di Tumpaan The Influence of Taste , Price Perception and Customer Relationship Management on the Purchase Decision of Boba. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 7(4), 315–324.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mardyanningsih, S. W. R. S., Ayuanti, R. N., & Udin, M. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Kober Mie Setan Kediri. *EBISMEN (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 01(03), 128–142.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- MCD. (n.d.). McDelivery.Co.Id. Retrieved September 21, 2024, from https://www.mcdelivery.co.id/id/browse/menu.html?utm_medium=sem&utm_source=google&utm_campaign=SEM AON&utm_term=McDonald%27s_Menu&utm_content=Brand&gad_source=1&gad_campaignid=1338377742&gbraid=0AAAAADK1yXu0iUIUtB1lOHwAEgTbcOBCS&gclid=Cj0KCQjwucDBBhDxARIsANqFdr3FVD_3sCBMclUdtb8l2-i7uN2t-6iiuqsd06WHTryjiAX8odHi2IaAgZxEALw_wcB
- Mimi, R. (2022, June). Sejarah Fried Chicken, Makanan Kesukaan Semua Kalangan. *Fimela.Com*. <https://www.fimela.com/food/read/4988005/sejarah-fried-chicken-makanan-kesukaan-semua-kalangan?page=3>
- Munawaroh, M., Putri, S. D. M., & Gunaningrat, R. (2024). Apakah Persepsi Harga dan Cita Rasa Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Rocket Chicken. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 3(1), 36–52. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i1.3275>
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427.

<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>

- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. [https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/88/1/Buku Manajemen Pemasaran BARU.pdf](https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/88/1/Buku%20Manajemen%20Pemasaran%20BARU.pdf)
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (M. T. Jibril Ahmad, S.T. (Ed.); 1st ed.). PT. Nasya Expanding Management. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Oa1eEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=perilaku+konsumen&ots=scxVBUXInE&sig=KjlLE8qzY_BJaU0GMqSLLeFFgRbE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Pinterest. (n.d.). Pinterest.Com. Retrieved February 17, 2025, from <https://id.pinterest.com/>
- Putra, A., & Seobiantoro, U. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Richeese Factory di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 6245–6258. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.2745>
- Putri, A., & Supriyanto, B. N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualiatas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Richeese Factory Jatibening Bekasi. *Human Capital Development*, 10(2), 1–11.
- Ramdhani, B., & MH Nainggolan, B. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Richeese Factory Kemang Jakarta Selatan. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 321–340. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.272>
- Resky, D. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Desain, dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian minuman gelas Ale-Ale. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 3(1), 38–48.
- Richeese Factory. (n.d.). RicheeseFactory.Com. Retrieved September 21, 2024, from <https://richeesefactory.com/>
- Rismawati, R., & Verry Cyasmoro. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Canada Fried Chicken Pasar Minggu. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 20–33. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.1832>
- Sian, D. S. C. (2022). *Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti*. 1–15.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuaitatif, dan R&d* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.); 2nd ed.). ALFABETA.
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2021). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen

- Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Valentine, L., Fadhillah, S. A., Sucipto, H., Akbar NPD Wahana, & Sholeha, A. (2023). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 425–443. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/1308%0Ahttps://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/download/1308/1173>
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Pemasaran.html?id=vgywDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>