

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A., Daengs, A. G. S., & Susanti, R. (2022). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada brand makanan cepat saji (Studi kasus di KFC di Surabaya). *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 104–110. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i1.203>
- Astuti, Y., Hamdani, F., & Zulkarnain, M. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v5i1.2573>
- Badan Pusat Statistik Kota Madiun. (2025). *Pertumbuhan ekonomi Kota Madiun triwulan I 2025*. BPS Kota Madiun.
- Creswell, J. W. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Daiju, E. S., & Dangga, L. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan ayam geprek di Warung Morro Chicken Kelurahan Kayu Putih Kota Kupang. *Jurnal Administrasi Terapan*, 4(2), 102–107. <https://doi.org/10.31959/jat.v4i2.3664>
- Dewitasari, P. A., Natalia, K., Pangestu, B. N., & Rahadhini, M. D. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Warung Ayam Geprek Mas Krisht Pasar Kliwon. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 1287–1299. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.4249>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2011). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. BPFE.
- Febrissa, E., & Devy, T. (2025). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek di Warung 88 Kubang Putih Bukittinggi. *PENSA*, 7(1), 74–94.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grandhis, N. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(3), 237–245. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i3.8633>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making profitable decisions*. McGraw-Hill.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2006). *Perilaku konsumen* (5th ed.). Erlangga.
- Nasution, A., Nasution, A. P., & Nasution, M. F. (2023). Effect of product quality, service quality and price on consumer purchasing decisions. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pujiwati, M., Dewi, R. S., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 729–737. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.38503>
- Rozenkowska, K. (2023). Theory of planned behavior in consumer behavior research: A systematic literature review. *International Journal of Consumer Studies*, 47(6), 2670–2700. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12970>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill building approach* (8th ed.). Wiley.
- Stanton, W. J. (2004). *Fundamentals of marketing* (13th ed.). McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.