

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah., W, Jogyanto. (2020). Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi & Bisnis UGM-Yogyakarta. Hal 11.
- Anggraini, F. N. (2020). Skripsi.Universitas Surabaya. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's di Surabaya.
- Angga Reta, T., & Yudho Leksono, P. (n.d.). (2020). Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo.
- (Astono, 2022).*The influence of products, price perceptions, promotions on the purchase decisions of the 6th class elementary books in pt. yudhistira ghalia indonesia: International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship (IJGAME2)*. Vol. 3 No. 1.
- Asmoro, A. Y. M., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada UD Tape 31 Bondowoso. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(11), 1–18.
- Budiono, S. d. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji. *Jakarta.E-Jurnal Riset Prodi Manajemen*, Vol (5) No (1). Hal 15-19.
- Cindy, D. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mcdonald's Sarinah Malang. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, Vol (1) No (2). Hal 9-12.

- Fatanul, V. (2022). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal Mcdonald's (Studi Kasus Di Wilayah Cakung Jakarta Timur). *Skrisi.Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.
- Hitt, M. A. (2022). *Analisis Manajemen Strategi: Daya Saing dan Globalisasi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Katarsasmita, V. (2023). UkmIndonesia.ID. *Grand View Research Peluang Pasar: Produk Makanan Siap Saji*.
- Kotler & Amstrong. (2014). Prinsip – Prinsip Pemasaran. Terjemahan Damos Sihombing, MBA. Edisi Delapan Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Alih bahasa Bob Sabran. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. d. (2014). *Konsep Perilaku Pemasaran Jilid 2 Edisi 15*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksono, B., & Wardoyo, P. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Mobil Brio pada Dealer Honda Mugen Puri. *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA) 1 (2)*, 98-111.
- Marlius, D., & Putra, M. R. S. (2022). *Pengaruh Quality Product, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Pada PT. Sumber Niaga Interindo (Distributor)*. Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(2), 1085-1104.
- Onny, J. (2020). Analisis Manajemen Strategi Perusahaan Waralaba (Franchise) Studi Kasus Di Restoran Cepat Saji McDonald's. *Jurnal Analisis Manajemen Strategi*.
- P. N. A Nugraheni. (2003). 'Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal' (Unuiversitas Muhammadiyah Surakarta).

- Rafiqah Fitri Yanti. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*.
- Renaningtyas, A. R. (2022). Fakultas Ekonomi, Bisnis. Raya, J., & Penulis, K. *FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN KONSUMEN: PROMOSI, HARGA DAN PRODUK (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN)*. 3(5).
- Rosdiana Sijabat (2020). Analisis Peran Mediasi Harga Terhadap Asosiasi Country Of Origin, Perceived Quality, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*.
- Safin, M. N (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.
- Sangadji. (2020). Peran Keputusan Pembelian Dalam Memediasi Presepsi Resiko Terhadap Niat Beli Online Pada Online Shop Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*. Surabaya
- Schiffman dan Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks. Setiadi, Nugroho J. (2016).
- Silaban, B. E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Jurnal Institut Bisnis Nusantara*, Vol (10) No (6). Hal 28.
- Siti, I. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab yang diproduksi PT. Hijab Aila". *Skripsi. Universitas Muhammadiyah Tangerang*, Vol (15) No (4). Hal 9.
- Stanton, Wiliam J. (1998). *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Edisi 2.
- Sutrisno, S., E. (2022). Analisis Peran Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Automotif City Car. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4139-4145.
- Swastha, B. (2009). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Vela, M. F. (2021). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Wandansari, Dessy Natalia. (2022). Hubungan Antara Konsumsi Fast Food Dan Status Gizi Lebih Pada Remaja. (Studi di SMA Negeri 2 Kabupaten Bondowoso). *Repository Universitas Jember*.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode. Penelitian. Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian; Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.