

## DAFTAR PUSTAKA

- Wibisini, N. (2017, January 2017). Retrieved from [tirto.id](http://tirto.id):  
<https://tirto.id/persaingan-kfc-vs-mcdonalds-di-indonesia-chbu>
- Atma, F. W., & Suci, N. R. (2019). HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN LAZADA INDONESIA .
- Darmawan, N. (2018). Lingkungan Usaha, Atmosfer Tempat, Nilai Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Angkringan Pak Mi'in Jln.Raya Barong).
- Ningsih, L. S., & Hamidiyah, I. S. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Rumah Makan Asela Sampang).
- Wibowo, A. S. (2013). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN DI KOTA PURWOKERTO.
- Ayse. (2007). An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender . *Humanity & Social Sciences Journal* , 43-50.
- saleh, t. (2020, Mei 8). Retrieved from CNBC Indonesia:  
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20200508082745-17-157000/cerita-mcdonalds-indonesia-jejaring-bisnis-keluarga-sosro>
- Arief, M. (2009). PELAKSANAAN AKAD JUAL BELI MELALUI MEDIA TELEPON DI RESTORAN MC DONALD'S CIPUTRA SEMARANG.
- DAULAY, V. (2014). PERSEPSI KONSUMEN DALAM MEMILIH MAKANAN CEPAT SAJI.
- Hasil Sensus Penduduk 2020*. (2021, Januari 21). Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Richard, M. (2019, Februari 11). Retrieved from Ekonomi Bisnis:  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190211/12/887488/bisnis-restoran-cepat-saji-berpeluang-tumbuh-15-tahun-ini>
- Our History : McDonald's Corporation*. (n.d.). Retrieved from McDonald's Corporation: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-company/who-we-are/our-history.html>
- Simanjuntak, C. P., & Budiono. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI (Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall).
- Danawira, A. (2019). PENGARUH DIFFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI RICHEESE FACTORY REMPOA. *Jurnal Ilmu Menejemen*, 76-87.
- Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru Mcdonal's Basuki Rahmat di Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, 1-12.

- Jaya, H. S., & G. S. (2018). PENGARUH ATMOSFER TOKO, KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TEMDAY STORE DENPASAR.
- Harwani, Y., & Fauziyah. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan. *Jurnal BECOSS (Business Economic, Communication, and Social Sciences)*, 285-291.
- Nadyakarina, A. V. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (MCDONALD EPICENTRUM PLAZA FESTIVAL).
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 94-109 .
- Wibowo, A. S. (2013). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN DI KOTA PURWOKERTO*. Semarang.
- Wibisono, E. S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN UD. RIZKY BAROKAH DI BALONGBENDO*. Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Kenny, A. (2020). *ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BELI FOOD AND BEVERAGE KRITERIA FAST FOOD DI MCDONALD'S LIPPO ST MARK SQUARE LIPPO KARAWACI*. Tangerang.
- JONATHAN, A., & GANI, V. Y. (2017). *ANALISA PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MCDONALD'S (STUDI PADA MCDONALD'S ALAM SUTERA DAN JALAN PANJANG)*. Alam Sutra.
- Andrianingsih, V. (2020). KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN RESTORAN CEPAT SAJI DALAM MENGHADAPI PESAINGDI KABUPATEN SUMENEP(Studi Pada Toby's Fried Chicken). *Journal MISSY(Management andBusiness Strategy)*.
- (2021, September 19). Wawancara Manajer McDonald Lippo Karawaci. (Penulis, Interviewer)
- (2021, September 30). Wawancara Pengunjung McDonalds Lippo Karawaci. (Penulis, Interviewer)
- Kristianti, N. (2009). *HUBUNGAN PENGETAHUAN GIZI DAN FREKUENSI KONSUMSI FAST FOOD DENGAN STATUS GIZI SISWA SMA NEGERI 4 SURAKARTA*. SURAKARTA.
- Hersanti, N. J., & Ratnawati, K. (2011). Pengaruh Atmosfer Terhadap Kepuasan dan Niatan Perilaku Konsumen di Toko "Oen", Kota Malang.
- Valensia. (2021).
- Ariyoto, K. (2001). *Prinsip-prinsip manajemen operasi*. Jakarta: Salemba empat.
- Setiawan, M. B., & Ukudi. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. 14*, 215 - 227.

- Saputra, S. T., & Sunarti, K. H. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA IPHONE (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Kolter, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Churchill, G. A., & Surprenant, C. (2013). An Investigation Into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*.
- McDougall, G. H., & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of Services Marketing*, 392 - 410.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. (2017). nalyzing customer satisfaction: users perspective towards online shopping. *Nankai Business Review International*, 266 - 288.
- Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA MAHASISWA KAMPUS 1 UNIVERSITAS KRISTEN KRIDA WACANA. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS*, 45-58.
- Heryana, A. (2020). *Hipotesis penelitian*. Jakarta: Ade Heryana.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA YARIS DI WIJAYA TOYOTA DAGO BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 80-103.
- Luthfia, W. E. (2012). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP KOFISYOP TEMBALANG*. Semarang.
- Iswayanti, I. P. (2010). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)*. Semarang.
- Wora, J. C. (2017). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN INTERNET INDOSAT OOREDOO*. Yogyakarta.
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1-9.
- Mardhikasari, T. E. (2014). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI TOKO, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Yogyakarta.
- Djawoto, S. (2016). PENGARUH ATMOSFER TOKO, PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MATAHARI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

- Hanifah, H. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BUSANA MUSLIM ELZATTA (Survei pada Pengunjung Outlet Elzatta di Cabang Sukaraja Bandung)*. Bandung.
- Lukman, M. D. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64–81.
- Wati, N. (2014). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Marketing Online Terhadap Keputusan Pembelian Serta Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Penelitian Terhadap Produk Pakaian Anak Pada Zahra Baby shop)*. Bandung.
- Levy, M., & Weitz, B. (2001). *Retailing Management. International Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Aryani, D. W. (2003). Manajemen Kualitas: Pendekatan Sisi Kualitatif. *Proyek Peningkatan Penelitian Pendidikan Tinggi Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi*.
- Mullins, J. W., & Walker, O. C. (2013). A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition. *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). Marketing an Introducing, Global Edition, 12th Edition. *Pearson Education*.
- Ahyari, A. (2010). *Dasar - Dasar Manajemen (Edisi I)*. Yogyakarta: UGM BPFE.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Jurnal Hikmah*, 62-70.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business, Seventh edition*. Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Williams, C. (2007). Research methods. *Journal of Business & Economic Research*, 65-72.
- Morissan. (2012). *Metode penelitian survei*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Stamatis, D. H. (2016). *Quality assurance*. US: Taylor & Francis Group.
- Arboretti, R., Bathke, A., Bonnini, S., Bordignon, P., Carrozzo, E., Corain, L., & Salmoso, L. (2018). Parametric and nonparametric statistics for sample survey. *Springer Briefs*.
- Chun, S. H., & Nyam Ochir, A. (2020). The effects of fast food restaurant attributes on customer satisfaction, revisit intention, and recommendation using dineserv scale. *Sustainability*.
- Krüger, F. (2016). In The influence of culture and personality on customer satisfaction. *Springer Fachmedien Wiesbaden*.

- Kolter, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (pp. 206, 265-502)*. United State: Pearson.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Dadi, A. (2010). *Pemasaran Straregik*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Berman, B., & Evans, J. R. (1992). *Retail Management. Fifth Edition*. USA: Macmillian Publishing Company.
- Cox, R., & Brittan, P. (2004). *Retailing an Introduction. Fifth Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Teguh, H., & Rusli, R. A. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 1*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Andreasen, A. R. (1995). Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba. Alih Bahasa: Ova Emi Emiliam. Edisis Ketiga. *Gajah Mada Universitas Press*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat*. Jakarta: PT. Indeks.
- Dharmmesta, B., & Handoko, H. T. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Jilid 2*. Jakarta: PT. Binarupa Aksara.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Meldarianda, R., & Lisan, S. H. (2010). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi(JBE)*, 97–108.
- Semito, A. S. (1991). *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Abubakar, R. (2005). pengaruh pelaksanaan bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada jamu di Banda Aceh. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 54-62.
- Koltter, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke sebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- W, L. C., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Pemasaran. Edisi ketujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2013). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Modern. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawan, D., & Kunto, Y. S. (2013). PENGARUH PROMOSI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN SHOPPING EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS DI MATAHARI DEPARTMENT STORE CABANG SUPERMALL SURABAYA. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA Vol. 1,* 1-8.
- Kolter, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

- Lupiyoardi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi XI*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wisnalmawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10*, 153-165.
- Kotler, P. (1997). *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.
- Tasunar, N. (2006). "Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 41-62.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2005). "*Manajemen Pemasaran*" (Alih Bahasa : *Benyamin Molan*). *Jilid 1. Cetakan Kesebelas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2008). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Exxpectations*. New York: NY.
- Tjiptono, F. (2004). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1988). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing. Marketing Science Institute*, 12-40.
- Pratama, M. A. (2016). *Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di McDonald Jababeka II Cikarang*. Cikarang.
- Naval, B. (2017). *In Business research method*. India: Pearson.
- Joe F. Hair, C. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*.
- Gozali, I., & Latan, H. (2014). *Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Niehavesa, B., & Ortbach , K. (2016). The inner and the outer model in explanatory design theory: the case of designing electronic feedback systems. *European Journal of Infromation Systems*.
- Aprilia, E. (2018). *The impact of familiarity, uncertainty avoidance, trust, and loyalty towards frequent requesting a ride of Grab Indonesia*. Karawaci: Universitas Pelita Harapan.
- Alter, A. L., Oppenheimer, D. M., Epley, N., & Eyre, R. N. (2007). Overcoming intuition: metacognitive difficulty activates analytic reasoning. *Journal of Experimental Psychology: General*, 569–576.
- Akbar, M. F., & Haryoko, U. B. (2020). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ALFAMART CABANG CIKOKOL TANGERANG.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen* (First, Issue December). Deepublish Publisher. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>
- Gigih, M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kartika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162–171.
- Malonda, A. D., & Stephen, S. E. (2020). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Putra, G., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 88103.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>

