

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiyak. (2021). *Etnografi Kuliner: Makanan dan Identitas Nasional*. Zahir Publishing.
- Agustira, Y. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Restoran D'Cost Seafood Jakarta (Survei Pada Pelanggan Restoran D'Cost Seafood Rawamangun, Jakarta Timur)*. Universitas Negeri Jakarta.
- Al-Audah, S. S. (2014). *Bersama Sang Nabi (Edisi Indonesia)*. Pustaka Al-Kautsar.
- Al-Quran Kemenag*. (n.d.). Retrieved November 6, 2021, from <https://quran.kemenag.go.id/>
- Amir, A. (2021). *Ekonomi dan Keuangan Islam*. WIDA Publishing.
- Andriawan, S. (2014). *Cara McDonald's Jaga Kualitas dan Kesegaran Makanan Siap Saji*. Berita Satu. <https://www.beritasatu.com/archive/170470/cara-mcdonalds-jaga-kualitas-dan-kesegaran-makanan-siap-saji>
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality, and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*, 3(6), 261–272.
- Anggraini, N. (2018). *Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zahara Hijab Collection Warujayeng*. Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Kediri.
- Arifianto, E. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk, dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ahmad Yani Padang*. Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI SUMBAR.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 1(1), 117–127.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer*. PT RajaGrafindo Persada.
- Bahri. (2019). *Pengantar kewirausahaan (Untuk Mahasiswa, Wirausahawan, dan Kalangan Umum)*. Pustaka Baru Press.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management, a Strategic Approach* (8th Editio). Pearson.

- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach*. McGraw-Hill.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2, 433–445.
- Dialiwi, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Dukcapil, S. (2022). *273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri*. Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil. <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1032/273-juta-penduduk-indonesia-terupdate-versi-kemendagri>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish Publisher.
- Ernanda, D., & Sugiyono. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(10), 1–16.
- Fadila, Rahayu, W. I., & Saputra, M. H. K. (2020). *Penerapan Metode Naive Bayers dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa*. Kreatif Industri Nusantara.
- Farid. (2017). *Kewirausahaan Syariah*. Kencana.
- Fathoni, A. (2016). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro di Kabupaten Lamongan. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1), 22–33.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. UB Press.
- Ferdinand, A. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Stratejik* (Research Paper Series).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Fitriyah, F. (2016). Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Universum: Jurnal Keislaman Dan Kebudayaan*, 10(2), 165–176.
- Fu'ad, E. N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30(1), 56–67.
- Gaspersz, V. (2011). *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard dengan Malcolm Baldrige dan Lean Six Sigma Supply Chain Management*. PT

Gramedia Pustaka Utama.

- Halim, A., & Syamsuri, A. R. (2016). Pengaruh Store Atmosphere, Store Image, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Cabang Gajah Mada Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kedokteran Methodist Medan). *Ecobisma*, 3(1), 116–131.
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Duta Media Publishing.
- Herlin. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Tangerang City Mall*. Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
- Ishak, M. S. B. H., & Abdullah, O. C. (2012). Islamic Perspective on Marketing Mix. *Eurepan Journal of Scientific Research*, 77(2), 214–220.
- Juhaeriah, I. (2017). Surga dalam Perspektif Alquran. *Al-Fath*, 11(2), 125–144. <https://doi.org/10.32678/Alfath.V11I2.897>
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3).
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 43–51. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/12470/8992>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principle of Marketing* (13th Edition). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th Global). Pearson Education.
- Kurnia, E. (2018). The Influence of Store Atmosphere and Salespromotion on Purchasing Decisions (Survey on Supermarket Happy Sunggal). *The 11th International Workshop and Conference of ASEAN Studies in Linguistics, Islamic and Arabic Education, Social Sciences and Educational Technology 2018*, 578–584.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lestari, F. D. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cadbury*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Maneking, J. R., & Lumanauw, B. (2015). Analisis Strategi Harga, Diferensiasi Produk, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Columbia Perdana Manado. *EMBA*, 3(1), 1173–1183.
- Maulana, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Citra Merek Terhadap*

*Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk Puyo).*  
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Maulana, Y. S. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik PT Sung Chang Indonesia Cabang Kota Banjar. *Ilmiah Administrasi Bisnis*, 2(2), 211–221.
- McDonald's Indonesia*. (n.d.). Retrieved November 30, 2021, from <https://mcdonalds.co.id/about>
- Miskahuddin. (2019). Manusia dan Lingkungan Hidup Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah: Media Kajian Al-Qur'an dan Al-Hadits Multi Perspektif*, 16(2), 210–227. <https://doi.org/10.22373/JIM.V16I2.6569>
- Moningka, R. F. C., & Loindong, S. S. . (2016). Pengaruh Servicescape dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Manado Town Square I. *EMBA*, 4(2), 778–788.
- Mufa, I. J. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabana Fried Chicken*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Mulyani, P. A., Sudiartini, N. W. A., & Sariyani, N. L. P. (2020). Perilaku Masyarakat Kota Denpasar Dalam Mengkonsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food). *JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 90–103. <https://doi.org/10.36733/JUIMA.V10I2.1398>
- Munasiroh, D., Nurawali, D. O., Rahmah, D. A., Suhailah, F., & Yusup, I. R. (2019). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) Pada Mahasiswa. *An-Nadaa: Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 6(2). <https://doi.org/10.31602/ANN.V6I2.2681>
- Mursidi, A., Zulfahita, Setyowati, R., Wulandari, F., Mertika, Susanto, H., Kamaruddin, & Sumarli. (2020). *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*. Lakeisha.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Mustafidah, H., & Suwarsito. (2020). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. UM Purwokerto Press.
- Noor, Z. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Stratejik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik Tahun 2016*. Deepublish Publisher.
- Nurjaya, Erlangga, H., Jasmani, Sunarsi, D., Rifuddin, B., & Mujahidin. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbucks di Wilayah Cianjur. *Ekonomi Efektif*, 2(4), 637–643.
- Prabowo, H. S., Huda, M., & Trimaya, L. (2015). *Air, Kebersihan, Sanitasi dan Kesehatan Lingkungan Menurut Agama Islam*. Sekolah Pascasarjana

Universitas Nasional.

- Pratiwi, H. B. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Semarang.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Puspitasari, Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Lokasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Dermaga Point Palembang). *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 15(1), 23–32.
- Putri, M. A. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Restoran Warunk Upnormal Cinere)*. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Amalia, N. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif*. LPPM.
- Rondonuwu, G., Kelles, D., & Tamangkel, L. F. (2016). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado). *Administrasi Bisnis*, 4(4), 1–8.
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(2), 74–81.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *EMBA*, 7(1), 881–890.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Soewanto, A. A. (2019). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Gudeg Bu Yul Surabaya. *AGORA*, 7(2).
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Statistik Non Parametris Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sumpu, N., & Tumbel, A. L. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samratulangi Manado Angkatan 2016 ). *EMBA*, 6(4),

2528–2537.

- Susanti, M. N. I. (2010). *Statistik Deskriptif dan Induktif*. Graha Ilmu.
- Suyanto, M. (2018). *Muhammad Marketing Strategy (Strategi Pemasaran Ala Nabi Muhammad SAW)*. Andi Offset.
- Syufa'ati, V. L. (2016). *Pengaruh Produk, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Maccadina Yogyakarta)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Andi Offset.
- Top Brand Index*. (n.d.). Retrieved November 30, 2021, from [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2021](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2021)
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. PT Rajagrafindo Persada.
- Wiratmo, M. M. (2018). *Pengantar Kewiraswastaan*. Andi Offset.
- Yani, A., Rusno, & Nurfarida, I. N. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Kaowa Koffie Wajak-Malang. *Riset Mahasiswa Manajemen*, 7(2), 1–5.
- Zainal, V. R., Djaelani, F., Basalamah, S., Yusran, H. L., & Veithzal, A. P. (2017). *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. PT Bumi Aksara.
- Zulganef. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen*. PT Refika Aditama.