

DAFTAR PUSTAKA

- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips . *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis (Volume 1, Nomor 4, Oktober 2016)*.
- A, R. N. (2020). *Makanan Siap Saji*. Retrieved July 5, 2020, from Makanan Siap Saji Mendominasi Indonesia: <https://www.kompasiana.com/radhitarara24/58cb6e93ec9673610609082c/makanan-siap-saji-mendominasi-indonesia>
- Andiny, T. N. (2019). *5 Fakta Menarik Seputar Donat*. Retrieved July 5, 2020, from <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/tresna-nurandini/fakta-menarik-seputar-donat-exp-c1c2/2>
- Berempat news. (2018, September 5). *Bagaimana J.CO Bisa Besar dan Menyaingi Dunkin' Donuts*. Retrieved Agustus 15 , 2020, from Berempat: <https://berempat.com/utama/2947/bagaimana-j-co-bisa-besar-dan-menyaingi-dunkin-donuts/>
- Beyond Blogging Kompasiana. (9 Maret 2020). [kompasiana.com](https://www.kompasiana.com). Retrieved Maret 9, 2020, from www.kompasiana.com
- Bitrus Fulani Kwajaffa, B. E. (2018). Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision Of Beverage In Maiduguri Metropolitan Council, Borno State, Nigeria . *African Journal of Management (Vol.3, No.2 2018)*.
- Bunga Bulni, H. W. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk J.CO Donuts & Coffee Cabang PTC Palembang.
- Course Hero. (2020). *Target Pasar Produk Dunkin' Donuts*. Retrieved Juli 27, 2020, from <https://www.coursehero.com/>: <https://www.coursehero.com/file/p7qqphf/2-Tentukan-target-pasar-produk-Donuts-Dunkin-Donuts-dan-JCO-apakah-ada/>.
- Darmawan, M. D. (2018). *The Effect of Price, Product Quality, Promotion, Social*

Factor, Brand Image on Purchase Decision Process of Loop Product on Youth Segment.

Ermawan Galih Prasetya, E. Y. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Air Mineral Aqua.

Fadel, Ikhlas. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi dan Citra Merek Terhadap Proses*

Keputusan Pembelian Produk House of Smith Bandung pada Mahasiswa.

Skripsi Sarjana Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

Fatmaningrum, S., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan

Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi & Akuntansi)*

Fauzi, Fikri. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen pada KFC Palembang Square.

Fimela. (2020). *Hasil Survey Global 51% Pekerja dari Millennial Menyukai Fast Food.* Retrieved Juli 27, 2020, from <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3810548/hasil-survey-global-51-pekerja-dari-millennial-menyukai-fast-food>.

Ghozali, Imam., Ainun, Jariah., Irwanto, Jesi., (2019), *Role of Product Innovation,*

Quality of Service and Promotion of influence on Purchase Decision on Omahmu Cafe Lumajang. Journal of Product and Brand Management, Vol.2, No 2.Grapadi News. (9 Maret 2020). grapadiNews.com. Retrieved Maret 9, 2020, from www.GrapadiNews.com.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, A.(2014).*Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan.* Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service (CAPS).

Ibrahim, T. K. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Brand Preference.

- Indriani. (2018). Pengaruh Promosi SMS Broadcast Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Dunkin' Donuts Mall Panakkukang Makassar.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung:Refika Aditama
- Istiqarah, dkk.(2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Roti Boy di Kota Banda Aceh. Fakultas Pertanian,Universitas Syiah Kuala.
- Jajak Pendapat App. (2 Februari 2020). *blog.jakpat.net*.Retrieved Februari 2, 2020, from www.blog.jakpat.com
- Jasmani, D. S. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang . *Pinisi Dcretion Review (Volume 3, Issues 2, March 2020)* , 165-174.
- Juniman, P. T. (2019). *CNN Indonesia*. Retrieved July 5, 2020, from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170118121405-262-187137/gaya-hidup-masyarakat-menjadikan-bisnis-kuliner-menjanjikan>
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2014). *Principle of Marketing* . 14 Edition.
- Khusna, G. K. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin' Donuts Bandung.
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler, & Keller.(2016).*Manajemen Pemasaran*.Surabaya: Erlangga
- Kotler, P. a. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller,2016.*Marketing Manajemen.15th edition*.Perarson Education,Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong,2014. *Principle Of Marketing.15th edition*.New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Majalah Franchise. (10 April 2020).majalahfranchise.com.Retrieved April 10, 2020, from wwwmajalahfranchise.com

Manorek, S. L. (2016). *The Influence of Brand Image, Advertising, Perceived Price*

Toward Consumer to Purchase Decision (case study samsung smartphone).

Merdeka. (10 Maret 2020). Merdeka.com. Retrieved Maret 10, 2020, from www.merdeka.com

Monica, F. (12 Juli 2018). *Studi: Milenial Penggila Makanan Cepat Saji, Benarkah?* Retrieved Juli 7, 2020, from Liputan6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3587046/studi-milenial-penggila-makanan-cepat-saji-benarkah>

Nugraha, Widi Febrisar.(2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Konsumen Pembelian Grab Food di Jabodetabek. Universitas Telkom Bandung .

Nuraviani, Y. (2019). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Variabel Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Dunkin' Donuts Bandung.

Nurul Setyaningrum, H. D. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Penjualan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Studi Kasus pada Konsumen Mie Sedaap di Kecamatan Tembalang . *Diponegoro Journal Of Social and Politic* .

Pamungkas, Bimo Hening.(2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Kambang Iwak Palembang. Universitas Sriwijaya Fakultas Ekonomi.

Putra, Reza Prditya. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Ina Cookies

terhadap Keputusan Pembelian (survey pada konsumen Ina Cookies). Universitas Pasundan Bandung.

Riduwan. (2018). *Cara Mudah Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*. Bandung: Alfabeta.

Sarwono, J. (2016). *Prosedur-Prosedur Populer Statistik untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Yogyakarta: Gava Media.

Smart Money. (10 Maret 2020). smartMoney.com.Retrieved Maret 10, 2020, from

www.smartmoney.com

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tempo. (10 Maret 2020).bisnis.tempo.co. Retrieved Maret 10, 2020, from www.tempo.co
- Dunkin Donuts. (2 Februari 2020).dunkindonuts.co.id.Retrieved Februari 2, 2020, from www.dunkindonuts.co.id
- Tjiptono, F. (2001). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Tnihattu, M. M. (2014). *Effect of Product Quality, Brand Image, Price and Promotion to Purchase Decision cement Tonasa in Ambon Town Square*.
- Top Brand Index. (3 Februari 2020). topbrand-award.com.Retrieved Februari 3, 2020, from www.topbrand-award.com
- Wirawan, Imroatul. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Chicken Nugget Fiesta di Kota Semarang). Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- Yuliantiningsih. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Erlina).*Diponegoro Journal Of Management*.