

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ADB KATERING**

SKRIPSI

*diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Manajemen Industri Katering*



Disusun oleh:
Timothy Sebastian Yasa
2108755

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ADB KATERING**

SKRIPSI

Oleh

Timothy Sebastian

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata program studi Manajemen Industri Katering, Fakultas
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Timothy Sebastian 2025

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

TIMOTHY SEBASTIAN

2108755

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ADB KATERING**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

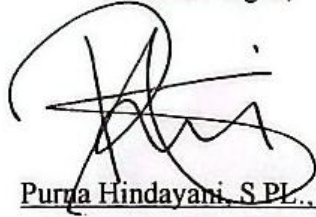
Pembimbing I,



Caria Ningsih, M.Si, Ph.D

NIP. 1980031.200812.2.002

Pembimbing II,

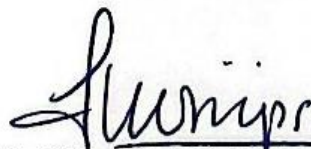


Purwa Hindayani, S.Pd., M.T.

NIP. 92020041.989021.2.201

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si.

NIP. 19710309.2010112.2.001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di ADB Katering**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Timothy Sebastian', is written over a faint, circular official stamp.

Timothy Sebastian

NIM. 2108755

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa. Oleh karena anugerah dan rahmat-Nya yang melimpah, kemurahan, dan kasih setia yang besar, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di ADB Katering” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata (S.Par.), pada Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Dalam skripsi ini, penulis berusaha menyajikan hasil uji pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian di ADB Katering dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif verifikatif (regresi linear berganda). Hal tersebut disajikan dalam lima bab yang meliputi pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, temuan dan pembahasan, serta simpulan dan rekomendasi.

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak yang telah membantu dalam membimbing dan memberikan arahan dari pembimbing I dan II serta dukungan dan masukan dari berbagai pihak sehingga hambatan dan masalah yang muncul dapat teratasi.

Dalam penyusunan karya tulis ini, penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna, baik isi, teknik penyajian, maupun dalam susunan bahasa disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pemahaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk memperbaiki karya tulis ilmiah lainnya. Kiranya semua kekurangan dan keterbatasan dari penulis dapat menjadi bahan kajian bagi penelitian selanjutnya.

Bandung, Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Timothy Sebastian

NIM. 2108755

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur, atas anugerah dan rahmat-Nya yang melimpah, kemurahan, dan kasih setia yang besar, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di ADB Katering”. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa hambatan dan kesulitan banyak ditemui sejak saat tahap persiapan penelitian, pelaksanaan penelitian, hingga penyusunan skripsi ini, baik dari segi teknis pengumpulan data, pengolahan data, maupun teknis penulisan. Namun karena adanya bantuan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak, akhirnya segala hambatan dapat teratasi sehingga skripsi ini dapat terwujud. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Didi Sukyadi, M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, beserta civitas akademika Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti studi hingga mendapatkan gelar sarjana di Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Cecep Darmawan, SH, S.I.P., S.A.P., S.Pd., M.Si., M.H., CPM. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, penulis ucapkan terima kasih telah memberikan kesempatan untuk mengikuti studi hingga mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Industri Katering.
3. Ibu Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering atas kesediaannya dihubungi kapan saja, memberi semangat, dan motivasi untuk fokus mengerjakan skripsi hingga mengantarkan penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Caria Ningsih, M.Si, Ph.D selaku dosen pembimbing I skripsi yang selalu meluangkan waktunya dalam kesibukannya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, petunjuk, sumbangan pikiran dan dorongan semangat dengan penuh ketulusan, keikhlasan, kesabaran, atas ilmu dan pengalaman yang beliau berikan sangat membantu penulis dalam

menyelesaikan skripsi ini dan yang telah memberikan motivasi, semangat dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi.

5. Ibu Purna Hindayani, S.PL., M.T. selaku dosen pembimbing II skripsi yang selalu meluangkan waktunya dalam kesibukannya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, petunjuk, sumbangan pikiran dan dorongan semangat dengan penuh ketulusan, keikhlasan, kesabaran, atas ilmu dan pengalaman yang beliau berikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan yang telah memberikan motivasi, semangat dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
6. Ibu Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama masa studi saya di kampus ini. Ibu tidak hanya membantu saya dalam menyusun rencana akademik dengan bijak, tetapi juga senantiasa memberikan motivasi dan perhatian terhadap perkembangan studi maupun hal-hal pribadi yang berdampak pada proses belajar saya.
7. Seluruh Bapak, Ibu dosen dan Staf Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, bantuan, informasi, serta pengertian selama penulis menjalankan.
8. Konsumen ADB Katering yang telah membantu penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
9. Himpunan Mahasiswa Manajemen Industri Katering, yang telah menjadi wadah bagi penulis untuk mendapatkan pengalaman, serta telah memberi warna kehidupan perkuliahan penulis.
10. Rekan satu angkatan 2021 yang telah saling menguatkan dan berjuang bersama-sama dari awal perkuliahan hingga saat ini.
11. Kedua orang tua tercinta Bapak Tirta Nurtjahja Yasa dan Ibu Marciana Virginia, kakak tercinta Sherlin Illene, serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, perhatian moriil dan material, semangat dan dukungan yang mengalir tiada henti, pengorbanan, nasihat yang sangat berarti serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis skripsi ini.

12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan karya tulis skripsi ini, semoga selalu diberikan kebahagiaan, kemudahan, rahmat, karunia, serta dilancarkan dalam segala urusan oleh Tuhan yang Maha Esa.

Semoga Tuhan yang Maha Esa senantiasa membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Harapannya semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi semua pihak yang membutuhkan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga segala macam kritik yang membangun sangat penulis harapkan sebagai proses perbaikan diri. Dengan demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di ADB Katering

Timothy Sebastian*, Caria Ningsih, Purna Hindayani

Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudhi No. 229, Bandung, 40154, Jawa Barat, Indonesia

**E-mail: timothy.sebastian@upi.edu*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada ADB Katering di Kota Bandung. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk jasa, terutama di tengah persaingan bisnis katering yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen ADB Katering dalam satu tahun terakhir. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa ADB Katering perlu meningkatkan keandalan dan daya tahan produknya, menetapkan strategi harga yang lebih sesuai dengan daya beli konsumen, serta memperkuat citra merek untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan bagi pelaku usaha di sektor jasa katering.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian, ADB Katering

The Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Purchase Decisions at ADB Catering

Timothy Sebastian*, Caria Ningsih, Purna Hindayani

*Study Program of Catering Industry Management, Faculty of Social Sciences Education,
Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudhi No. 229, Bandung, 40154, West
Java, Indonesia*

**E-mail: timothy.sebastian@upi.edu*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, price, and brand image on consumer purchase decisions at ADB Catering in Bandung City. The research is grounded in the importance of understanding the factors that affect consumer behavior in choosing service products, especially amid increasing competition in the catering industry. The study adopts a quantitative approach using descriptive and verificative methods. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who were customers of ADB Catering within the past year. The analytical technique employed was multiple linear regression to determine the partial and simultaneous effects of the variables on purchase decisions. The results reveal that product quality, price, and brand image all have a positive and significant influence on purchase decisions, both partially and simultaneously. Simultaneously, these three variables have a very strong influence on consumers' purchasing decisions, indicating that more than half of the variation in purchase decisions can be explained by these factors. The implications suggest that ADB Catering should improve the reliability and durability of its products, implement pricing strategies aligned with consumer purchasing power, and strengthen its brand image to enhance customer loyalty and trust. These findings are expected to provide a solid foundation for developing more effective marketing strategies in the catering service sector.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision, ADB Catering*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	2
2.1 Tinjauan Pustaka	2
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	2
2.1.2 Kualitas Produk.....	9
2.1.3 Harga	13
2.1.4 Citra Merek	20
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	7
3.1 Desain Penelitian.....	7
3.2 Metode Penelitian.....	7
3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	34
3.2.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	37
3.2.3 Sumber Data.....	37

3.2.4	Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4	Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
3.4.1	Uji Validitas	41
3.4.2	Uji Reliabilitas	42
3.5	Analisis Data	43
3.5.1	Analisis Deskriptif	43
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.5.4	Analisis Koefisien Korelasi.....	47
3.5.5	Koefisien Determinasi.....	48
3.6	Pengujian Hipotesis.....	48
3.6.1	Uji Statistik t	48
3.6.2	Uji Statistik F	49
3.7	Hasil Pengujian <i>Instrument</i> (Kuesioner) Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Lokasi Penelitian	53
4.2	Karakteristik Responden	55
4.3	Analisis Deskriptif	57
4.3.1	Tanggapan Konsumen di Kota Bandung Mengenai Kualitas Produk di ADB Katering.....	57
4.3.2	Tanggapan Konsumen di Kota Bandung Mengenai Harga ADB Katering.....	61
4.3.3	Tanggapan Konsumen di Kota Bandung Mengenai Citra Merek ADB Katering	62
4.3.4	Tanggapan Konsumen di Kota Bandung Mengenai Keputusan Pembelian ADB Katering	65
4.4	Analisis Verifikatif.....	68
4.4.1	Pengujian Asumsi Klasik	68
4.4.2	Model Regresi Linear Berganda	70
4.4.3	Uji Hipotesis.....	71
4.4.4	Analisis Korelasi	75

4.4.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 3.2 Kriteria Kategori Penilaian	44
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X_2)	61
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek (X_3).....	63
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Normalitas	68
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Regresi	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial	72
Tabel 4.14 Analisis Korelasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keandalan Kualitas Produk dari ADB Catering	3
Gambar 1.2 Harga Produk Produk ADB Catering Terjangkau.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	30
Gambar 4.1 Aneka Ragam Produk ADB Katering	53
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat Keterangan Pembimbing Skripsi.....	84
Lampiran 1.2 Lembar Bimbingan Skripsi (Pembimbing I)	88
Lampiran 1.3 Lembar Bimbingan Skripsi (Pembimbing II)	90
Lampiran 2.1 Instrumen Penelitian	91
Lampiran 2.2 Google Form Penelitian.....	97
Lampiran 2.3 Tabel Distribusi Demografis Responden.....	103
Lampiran 2.4 Data Mentah	107
Lampiran 2.5 Data MSI.....	110
Lampiran 3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	112
Lampiran 3.2 Tabel r.....	114
Lampiran 4.2 Tabel t.....	116
Lampiran 4.3 Tabel f.....	117

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2012). *Building strong brands*. Simon and schuster.
- Amella, D. (2019). *Pengaruh Manajemen Pengetahuan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Aia Financial Cabang Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan). Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Baker, M. J. (1992). *Marketing strategy and management*. Macmillan Education UK.
- Basu Swasta. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Buyung Wiranata, & Bambang Haryadi. (2013). *Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Percetakan pada PT Ubital Offset Printing*. *AGORA, Vol. 1 No. 1*, 1.
- Cahyani, N. L., & Hidayat, W. (2020). *Pengaruh kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada rm. Rindang 84 (studi pada konsumen rm. Rindang 84 cabang pati)*. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 9(3), 329-334.
- Cronin, P., Smith, V., & Coughlan, M. (2014). *Understanding nursing and healthcare research*.
- Fauzani, S. M., & Nellyaningsih, N. (2019). *Tinjauan Harga Pada PT Bank Negara Indonesia Jpk Di Bandung Tahun 2019*. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Firmansyah, M. A., & SE, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Fitrianna, & Aurinawati. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta*. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418. Diambil dari <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality management for organizational excellence* (Vol. 427). Upper Saddle River, NJ: Pearson.

- Guilford, J. P. (1954). *Psychometric Methods* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Gupta, A. (1992). Formal hardware verification methods: A survey. *Formal Methods in System Design*, 1(2), 151-238.
- Hikmah, Nafarozah. (2024). 10 Kota/Kabupaten Jawa Barat Pilihan Wisatawan Mancanegara 2023. Diambil dari <https://data.goodstats.id/statistic/10-kotakabupaten-jawa-barat-pilihan-wisatawan-mancanegara-2023-UT5wY>
- Holton, E. F., & Burnett, M. F. (2005). The basics of quantitative research. *Research in organizations: Foundations and methods of inquiry*, 29-44.
- Ikhtiasari, S. D., & Suwitho, S. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(7).
- Iskandar, H. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 4(2), 75-89.
- Kabanga, M. S., & Sanam, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian:(Studi Pada Restoran Suka Ramai Kupang). *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(2), 272-280.
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM. CLOTHING. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (2), 1003-1011.
- Kotler, Bowen, & Makens. (2021). *Marketing for Hospitality & Tourism*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (14th ed.). Prentice Hall, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kusumadmo. (1985). Dalam Harga para penjual akan mengadakan penyesuaian. Internet.
- Laric, M. V. (1985). Multiplan for the Macintosh (128k/Book and Disk).
- Lestari, W. S., Yusuf, A., Singaperbangsa, U., Ronggowaluyo, J. H., Timur, J., & Barat, I. (2019). Pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap keputusan

- pembelian pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 94-101.
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013). *Sampling of populations: methods and applications*. John Wiley & Sons.
- Loker Pintar. (2023). *Method of Successive Interval (MSI): Pengertian dan Langkah-Langkahnya*. Diakses dari <https://lokerpintar.id/method-of-successive-interval>
- Low, G. S., & Lamb, C. W. (2000). The measurement and dimensionality of brand associations. *Journal of product & brand management*, 9(6), 350-370.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Mulyansyah, G., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097-1103. Diambil dari <https://doi.org/10.26740/jptn.v9n1.p1097-1103>.
- Nanda, V. D., & Keni, K. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada makanan kecil di jakarta. *Jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, 6(5), 515-519.
- Nurjanah, S. (2025). Pemanfaatan teknologi interaktif dalam meningkatkan penjualan produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 28-34.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2019). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Purnamasari, I. A., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Online Store Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Universitas PGRI Madiun, Vol. 4.
- Puspita, C. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268-275.
- Rasyid. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Pada PT Asuransi Jwasraya (Persero) Cabang Jakarta Selatan. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.

- Roslina, R. (2009). Pengaruh pengetahuan produk dan citra merek terhadap pembelian produk. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 10(2).
- Saputra, G., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620.
- Sidel, J. L., Bleibaum, R. N., & Tao, K. C. (2018). Quantitative descriptive analysis. *Descriptive analysis in sensory evaluation*, 287-318.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Viedy, E., & Samadi, L. R. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Emina. *Jurnal EMBA*, Vol. 10 No. 3.
- Vogt, W. P., & Johnson, R. B. (2015). *The SAGE dictionary of statistics & methodology: A nontechnical guide for the social sciences*. Sage publications.
- Wibowo, S., & Supriadi. (2019). *Ekonomi Mikro Islam*. Pustaka Setia.
- Wijaya, I. W. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Colatto Pastry & Bakery Gianyar. *Values*, 1(3).
- Wisnubroto, Kristantyo. (2025). Meneropong Tren Pariwisata 2025. Diambil dari <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8899/meneropong-tren-pariwisata-2025>
- Zuliatin. (2016). Pengaruh Harga, Direct Selling Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada BMT Ugt Sidogiri Kcp Kanigoro Blitar. *An-Nisbah*, Vol. 03, No. 01.