

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA
PADA KEPUASAN PELANGGAN MCDONALD'S
THAMRIN JAYA**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

JESSICA AURELIA WIJAYA

24220080

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI**

Jakarta

2026

PERSEMBAHAN

"Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan."

(Yeremia 29:11, TB)

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa, Tugas akhir ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Alm. Bapak Muk Sun dan Ibu Giok Thin yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, pengorbanan, serta semangat yang tidak pernah berhenti diberikan kepada penulis. Terima kasih telah menjadi kekuatan terbesar dalam setiap proses kehidupan dan pendidikan penulis. Semoga pencapaian ini menjadi salah satu bentuk kebahagiaan dan kebanggaan.
2. Sopo Saputra yang telah memberikan perhatian, dukungan, kesabaran, dan motivasi yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, memberikan semangat di setiap proses, serta selalu menemani dalam suka maupun duka hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Michelle Priscilla Gunawan, Cornelia Theodora Zire Sinaga dan Jessica Tania Darmawan yang telah menjadi penyemangat dan motivasi bagi penulis.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Jessica Aurelia Wijaya
NIM : 24220080
Program Studi : Manajemen
Studi Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa **Tugas Akhir/Tugas Akhir** yang telah saya buat dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan McDonald’s Thamrin Jaya ”**, adalah asli (orsinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Tugas Akhir/Tugas Akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Nama Institusi dicabut/dibatalkan.

Jakarta, 25 Juli 2026



Jessica Aurelia Wijaya

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Jessica Aurelia Wijaya
NIM : 24220080
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan McDonald’s Thamrin Jaya”**. beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti *Non-Eksklusif* ini kepada pihak Universitas Nusa Mandiri berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli 2026



Jessica Aurelia Wijaya

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Jessica Aurelia Wijaya
NIM : 24220080
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul Tugas Akhir : **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian serta dampaknya pada Kepuasan Pelanggan McDonald’s Thamrin Jaya”.**

Untuk dipertahankan pada Periode I-2026 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Sarjana Program Studi Manajemen di Universitas Nusa Mandiri

Jakarta, 21 Agustus 2026

PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Wahid Akbar Basudani ,
S.E., M.M.



Wahid Akbar Basudani
Ditandatangani dengan:
Wahid Akbar Basudani
2026-08-22 10:29:44

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Instianti Elyana , M.M., M.Kom.



Instianti Elyana
Ditandatangani "Digital" tal:
Instianti Elyana
2026-08-21 16:20:20

Penguji II : Dr. Sri Rusiyati , S.E., M.M.



Dr. Sri Rusiyati
Ditandatangani Digital:
Sri Rusiyati
2026-08-21 10:00:03

PEDOMAN PENGGUNA HAK CIPTA

Tugas Akhir yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian serta dampaknya pada Kepuasan Pelanggan McDonald’s Thamrin Jaya**”. adalah hasil karya tulis asli Jessica Aurelia Wijaya dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama	: Jessica Aurelia Wijaya
Alamat	: Jl. Dahlia 3 RT.08/05 Kel. Depok Jaya Kec. Pancoran Mas Kota Depok
No.Telp	: 082298953483
E-mail	: Jessicaaureliaaaaa06@gmail.com

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian serta dampaknya pada Kepuasan Pelanggan McDonald’s Thamrin Jaya”**. sebagai salah satu syarat kelulusan Program Pendidikan Strata Satu (S1) Universitas Nusa mandiri.

Penyusunan tugas akhir ini tentu tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan motivasi selama proses penelitian hingga penyusunan laporan akhir. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si, MM, M.Kom, IPU, ASEAN Eng. Selaku Rektor Universitas Nusa Mandiri.
2. Dr. Nita Merlina, M.Kom. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Mandiri.
3. Dr. Ida Zuniarti, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri.
4. Ibu Instianti Elyana, M.M., M.Kom., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri.
5. Bapak Wahid Akbar Basudani S.E.,M.M., selaku Dosen Pembimbing, atas waktu, ilmu, serta kesabaran dalam memberikan arahan dan bimbingan selama proses penulisan tugas akhir ini.
6. Orang tua dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dan doa

selama penulisan tugas akhir.

7. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen yang selalu bersemangat dan saling membantu dalam tugas akhir Ini.
8. Pimpinan beserta seluruh karyawan McDonald's Thamrin Jaya yang telah memberikan izin, kesempatan, serta bantuan kepada penulis dalam pelaksanaan penelitian.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Jakarta, 25 Juli 2026



Jessica Aurelia Wijaya

ABSTRAK

Jessica Aurelia Wijaya (24220080), Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian serta dampaknya pada Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Upaya membangun kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya kualitas produk dan citra merek. Selain itu, keputusan pembelian berperan sebagai variabel intervening yang dapat memperkuat pengaruh antara kedua variabel tersebut dengan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan McDonald's Thamrin Jaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui teknik purposive sampling. Sampel penelitian berjumlah 150 responden yang merupakan konsumen McDonald's Thamrin Jaya, yang ditentukan melalui penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian maupun kepuasan pelanggan. Sebaliknya, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maupun kepuasan pelanggan. Keputusan pembelian juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, keputusan pembelian tidak terbukti memediasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, tetapi terbukti memediasi pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa citra merek merupakan faktor yang lebih dominan dibandingkan kualitas produk dalam membentuk keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan konsumen McDonald's Thamrin Jaya.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan, SEM-PLS.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

ABSTRACT

Jessica Aurelia Wijaya (24220080), *The Effect of Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions and Their Impact on Customer Satisfaction*

Customer satisfaction is an important aspect that companies need to pay attention to in facing increasingly intense business competition. Efforts to build customer satisfaction are influenced by several factors, including product quality and brand image. In addition, purchase decision acts as an intervening variable that can strengthen the influence between these two variables and customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of product quality and brand image on purchase decision, as well as their impact on customer satisfaction at McDonald's Thamrin Jaya. This study uses a quantitative approach with a purposive sampling technique. The research sample consisted of 150 respondents who were consumers of McDonald's Thamrin Jaya, determined through the distribution of questionnaires. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) method with the assistance of SmartPLS software. The results show that product quality has no significant effect on either purchase decision or customer satisfaction. In contrast, brand image has a positive and significant effect on both purchase decision and customer satisfaction. Purchase decision is also proven to have a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, purchase decision is not proven to mediate the effect of product quality on customer satisfaction, but is proven to mediate the effect of brand image on customer satisfaction. These findings indicate that brand image is a more dominant factor than product quality in shaping purchase decision and customer satisfaction among consumers of McDonald's Thamrin Jaya.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Purchase Decision, Customer Satisfaction, SEM-PLS.*

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Ria, & Tuti, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN JOE'S GRILL SWISS BELL-HOTEL MANGGA BESAR. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2).
- Amal, M. I., Tulhusnah, L., & Pramitasari, R. A. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE AYAH BUNDA SITUBONDO DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1368. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3553>
- Amalia, L., & Rahmadhany, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek , Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Merek dan Loyalitas Merek Kosmetik Wardah. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 468–479. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.291>
- Andriani, A., Achmad Daengs GS, & Retno Susanti. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND MAKANAN CEPAT SAJI (studi kasus di KFC di Surabaya). *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 104–110. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i1.203>
- Anggraini, N., Roza, S., & Hasbullah, H. (2026). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI MEDIA SOSIAL, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU HILO DI KOTA JAMBI. *Jurnal Media Akademik* , 4(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/jyqn9813>
- Anhar, G. (2025). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA BALISIJUK.ID PAYAKUMBUH.*
- Apriansyah, A., & Silitonga, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Panorama*, 18(2).
- Arfah, Y. (2022). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK.* <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=i#v=onepage&q&f=false>

- Aribah, A., & Yusuf, A. (2025). Pengaruh Perceived Value Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Kepuasan Konsumen Teras Depan Kopi Cipete Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(12).
- Aulia, K. R., Prastyani, D., Meria, L., & Prasetyo, W. B. (2025). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(3), 3695–3712. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1771>
- Aziza, U., Arief, M. Y., & Ediyanto, E. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI DALAM MEMBENTUK KEPUASAN KONSUMEN PADA ES CENDOL SHAFA DI SITUBONDO DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(5), 974. <https://doi.org/10.36841/jme.v4i5.6800>
- Chandra, B. A., & Megawati, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Brasserie Resto Di Kota Palembang 2021 – 2022. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4(1), 36–42. <https://doi.org/10.35957/prmm.v4i1.3493>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu, Ed.). GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE .
- Dwi Pratiwi, N., Dimyati, M., & Supeni, N. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN AYAM GEPHOK PAK GIEK JEMBER. *RIEMBA - JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 2(1), 272–284. <https://doi.org/10.31967/riemba.v2i1.1056>
- Elvina, S. N., Reflis, R., Khairani, L., & Bungati, B. (2025). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MSG X DI KOTA BENGKULU. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 206–218. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5636>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Fitriana, R., & Chadhiq, U. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1). <https://doi.org/10.31942/akses.v17i1.6514>
- Fitryana, D., Zahwa, P., Ula, M., Zuniarti, I., & Basudani, W. A. (2025). Analysis of Purchasing Decisions and Customer Satisfaction on Sports Equipment Brand MOKS. *EAJ (Economic and Accounting Journal)*, 8(2), 155–171. <https://doi.org/10.32493/eaj.v8i2.y2025.p155-171>
- Ghozali, I. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis*.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hanifah, S. N., & Anggraini, RR. R. (2025). Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Indodimsum Tangerang Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 95–102. <https://doi.org/10.70451/cakrawala.v2i1.313>
- Haryadi, H., & Henryanto, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Pada Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Surabaya: Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi. *Gorontalo Management Research*, 8(1).
- Hery, A. (2022). *Dasar-Dasar Perencanaan Bisnis dan Pemasaran*.
- Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFE SKY GARDEN WONOBOYO DI BONDOWOSO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(10), 2141. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i10.2262>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I., Hasan, M., Utomo, K., Bairizki, A., Lestari, A., Rahayu, D., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*.
- Kabanga, M. S., & Yefta, S. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(2), 272–280. <https://doi.org/10.37304/jpips.v14i2.7739>
- Kabanga, M. S., & Yefta Sanam. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(2), 272–280. <https://doi.org/10.37304/jpips.v14i2.7739>
- Keller, K., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Khotimah, I., & Armaniah, H. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Sumber Rejeki Tehnik Sukses. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 249–256. <https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i1.285>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., Keller, K., Ang, S., Tan, C., & Leong, S. (2018). *Marketing Management*.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.

- Kurniawan, B. (2024). *BUKU AJAR PERILAKU KONSUMEN (PERSPEKTIF PEMASARAN DIGITAL)*.
- Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyani, C. A. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE DI KOTA MALANG*.
- Larosa, S., & Paludi, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Flash Coffee Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 7(1), 105–115. <https://doi.org/10.36985/vga6r922>
- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 19(1), 39–53. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.49600>
- Margi, M., & Siahaan, S. (2024). PENGARUH SUASANA DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI OBJ COFFEE. *JEBI: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 2(3).
- Muazaroh, N., Febriansah, R. E., & Indayani, L. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1832. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1775>
- Muhamad, N. (2024, January 21). *10 Restoran dengan Nilai Penjualan Tertinggi di Indonesia pada 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/en/infographics/2026/01/21/10-restoran-dengan-nilai-penjualan-tertinggi-di-indonesia-pada-2024>
- Mustafa, F., Fani, R., Miftahuddin, M., Hapsari, I., Dwiyantri, R., Azizah, S., Wibowo, U., Satata, D., & Kharismasyah, A. (2024). *Manajemen Pemasaran. PT Penamuda Media*.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM_PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nanda, V. D., & Keni. (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. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.20314>
- Nasution, U. B., Yuliasih, M., Judijanto, L., Putra, S., Anggraeni, C., & Setiyono, K. (2024). *BISNIS KULINER: Teori dan strategi pengembangan bisnis kuliner*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. [https://books.google.co.id/books?id=h3sZEQAQBAJ&lpg=PA12&ots=G7mlHJj0BE&dq=Nasution%2C%20U.%20B.%2C%20Yuliasih%2C%20M.%2C%20Judijanto%2C%20L.%2C%20Putra%2C%20S.%20D.%2C%20Stj%2C%20R.%20C.%20M.%20A.%2C%20Setiyono%2C%20K.%20\(2024\).BISNIS%20KULINER%3A%20](https://books.google.co.id/books?id=h3sZEQAQBAJ&lpg=PA12&ots=G7mlHJj0BE&dq=Nasution%2C%20U.%20B.%2C%20Yuliasih%2C%20M.%2C%20Judijanto%2C%20L.%2C%20Putra%2C%20S.%20D.%2C%20Stj%2C%20R.%20C.%20M.%20A.%2C%20Setiyono%2C%20K.%20(2024).BISNIS%20KULINER%3A%20)

%20Teori%20%20dan%20%20strategi%20%20pengembangan%20%20bisnis%20%200kuliner.%20%20PT.%20Sonpedia%20Publishing%20Indonesia.&lr&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q&f=false

- Nisa, F. I., Marslaa, P. H., & Afrinandi, G. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Mcdonald's (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Padang di Masa Boikot). *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 5(1), 27–33. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaaktiva.v5i1.824>
- Nova Ardiyansyah, & Suryari Purnama. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 323–345. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2374>
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.
- Pasau, V. S., Marewa, J. B., & Rundupadang, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada GD. Printing dan Decal Design Toraja Utara Periode 2023-2024*.
- Pratama, R. A., Pratama, R. A., & Megawati, M. (2025). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian HokBen Cabang Kota Palembang. *MDP Student Conference*, 4(2), 759–764. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v4i2.11034>
- Putra, A. E., & Budiono, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan di Es Teh Indonesia Bintaro. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 137–149. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1874>
- Putri, D., Sudirman, A., Suganda, A., Kartika, R., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G., Triwardhani, D., Rini, N., Pertiwi, W., & Roslan, A. (2021). *Brand Marketing*.
- Riassta, I. Y., Kurnadi, E., & Ediyanto, E. (2022). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA RUMAH MAKAN ANGKRINGAN 813 BEBEK BALURAN DI SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(7), 1501. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i7.2343>
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI*.
- Sihombing, R. E., Nugroho, S. D., & Toha, E. (2023). Citra Merek, Lokasi, Dan Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(4), 1215–1231. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.459>

- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF*.
- Suhardi, S., Budhijana, R. B., Haryanti, E., & Pracoyo, A. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Masyarakat, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Umum Melalui Minat Pembelian pada PT Asuransi Sinar Mas. *Jurnal Global Ilmiah*, 3(6), 1782–1794. <https://doi.org/10.55324/jgi.v3i6.354>
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2024). *Strategi Pemasaran*.
- Tempo.co. (2024, July 30). *Penjualan McDonald's untuk Pertama Kali Turun Secara Global, Berkat Boikot?* Tempo.Co. <https://share.google/rGBRk7nfNPsCreTlx>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *PEMASARAN STRATEGIK Domain, Determinan, Dinamika* (F. Tjiptono, Ed.). ANDI.
- Tjiptono, F., & DIana, A. (2019). *KEPUASAAN PELANGGAN Konsep, Pengukuran, & Strategi*.
- Utami, A. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 108–115. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2.328>
- Yonatan, A. (2025, March 6). *10 Restoran dengan Penjualan Tertinggi di Indonesia*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/10-restoran-dengan-penjualan-tertinggi-di-indonesia-RCDle>
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13–22. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i1.13980>

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI