

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN ROCKET CHICKEN

Rizal Bagus Nugroho¹⁾, Heny Sidanti²⁾, Apriyanti³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

rizalbagusnugraha05@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

henysidanti75@gmail.com

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

kelip.apriyanti@unipma.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand Image Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rocket Chicken pada masyarakat di Kabupaten Magetan. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Magetan yang pernah membeli produk Rocket Chicken di Rocket Chicken Cabang Magetan dengan pengambilan sampel sebanyak 384 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat uji berupa software IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk, *brand image*, dan lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken Cabang Magetan. Sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken Cabang Magetan. Secara simultan variabel kualitas produk, harga, *brand image* dan lokasi usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Rocket Chicken Magetan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Brand Image, Lokasi Usaha, Keputusan Pembelian.

Abstract

The purpose of this research is to determine the influence of product quality, price, brand image and business location on Rocket Chicken customers' purchasing decisions in the community in Magetan Regency. This research was conducted on the people of Magetan Regency who had purchased Rocket Chicken products at Rocket Chicken Magetan Branch with a sample of 384 respondents. The research method used is a quantitative approach using testing equipment in the form of IBM SPSS Statistics software. The results of this research are that product quality, brand image and business location have a significant influence on the purchasing decisions of Rocket Chicken Magetan Branch customers. Meanwhile, price does not have a significant effect on the purchasing decisions of Rocket Chicken Magetan Branch customers. Simultaneously, the variables product quality, price, brand image and business location have a positive and significant

influence on customer purchasing decisions at Rocket Chicken Magetan.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Business Location, Purchase Decision*

A. PENDAHULUAN

Rocket Chiken merupakan salah satu restoran *fast food* yang memiliki *brand image* yang kuat. Kondisi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong Rocket Chiken untuk secara terus menerus memperkuat citra mereknya agar dapat meraih posisi tertinggi di hati konsumen. Berbagai macam strategi pemasaran telah dilakukan oleh Rocket Chiken guna memperkuat citra mereknya di ingatan konsumen, seperti terus-menerus menciptakan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif, menjaga kualitas dan kelezatan produk, membuat produk-produk baru dengan tujuan agar dapat lebih dekat dengan konsumen (Syamsurizal dan Ernawat, 2020). Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti di Rocket Chicken menemukan bahwa *brand image* restoran Rocket Chicken dari kepopuleran namanya masih kurang dibanding pesaingnya serta penjualannya masih dalam ruang lingkup jenis produk kuliner berbahan baku sejenis semisal Ayam Geprek atau *brand* produk kuliner jenis *fried chicken* lainnya. Namun beberapa keterangan pelanggan menyatakan bahwa citarasa dari menu-menu di Rocket Chicken memiliki khas rasa sehingga pelanggan memiliki *image* atau persepsi tersendiri pada produk tersebut.

Secara umum keputusan pembelian merupakan seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Berdasarkan pendapat tersebut istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. Pada pengambilan keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan faktor-faktor yang ada seperti harga, merek dan kualitas produk yang didapatkan. Keputusan pembelian seseorang tidak muncul begitu saja, akan tetapi didasari oleh dorongan terlebih dahulu. Setiap konsumen sebelum memutuskan pembelian akan mencari tau lokasi pembelian, harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya (Kotler dan Keller, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian dari RA Nur Amalina dan Imroatul Khasanah yang berjudul Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian yang mengambil studi kasus pada pelanggan Rocket Chicken Sukorejo Kendal menemukan bahwa semakin baik penerimaan konsumen mengenai harga dan lokasi pada produk makanan cepat saji Rocket Chicken, maka semakin besar keputusan pembelian (Amalina & Khasanah, 2023). Sedangkan hasil penelitian dari Ivana Khoiru Amalia dan AliMaskur yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Studi Kasus pada pelanggan Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal, menyatakan bahwa persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga yang baik belum tentu meningkatkan keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal (Amalia & Maskur, 2020). Hasil penelitian lain dari Lisa Febriyanti Valentino yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Ayam Rocket Chicken Di Lamongan menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ayam roket di Lamongan. Variabel harga dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ayam roket di Lamongan. Sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli konsumen ayam roket di Lamongan (Valentino, 2021). Dari hasil beberapa penelitian tersebut ditemukan bahwa terdapat perbedaan hasil temuan bahwa tidak semua aspek yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat berpengaruh pada keputusan pembelian pelanggan produk Rocket Chicken, maka perlu dilakukan pengujian terhadap pelanggan Rocket Chicken Cabang Magetan.

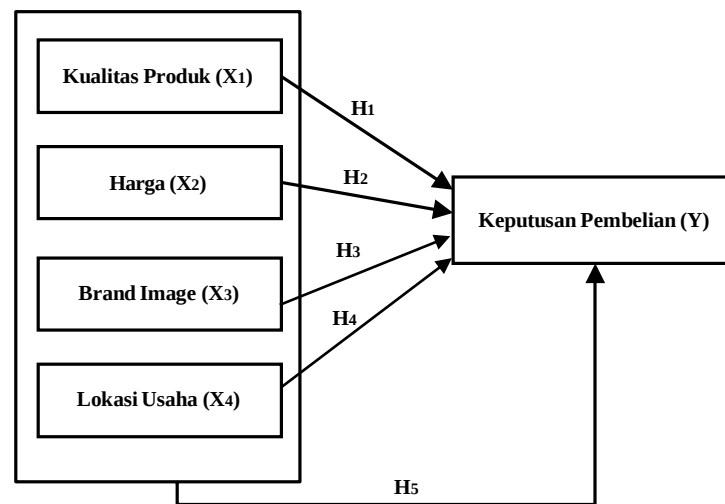
Kajian Teori

Theory Planned Behavior

Teori perilaku terencana membedakan antara tiga jenis kepercayaan (*belief*) yaitu *behavioral belief*, *normative belief*, dan *control belief*, dimanakah tersebut terkait dengan konstruksi sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) (Ajzen, 1991). Hal tersebut cukup bisa dikatakan bahwa semua keyakinan

mengasosiasikan perilaku menarik dengan atribut dari beberapa jenis, baik itu suatu hasil, harapan normatif, atau sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan perilaku. Dengan demikian, mungkin untuk mengintegrasikan semua keyakinan tentang perilaku yang diberikan untuk mendapatkan ukuran keseluruhan perilaku disposisi. Keberatan utama untuk pendekatan seperti itu adalah bahwa hal itu mengaburkan perbedaan yang menarik, baik dari teori dan dari sudut pandang praktis. Secara teoritis, evaluasi pribadi dari perilaku (*attitude*), perilaku sosial yang diharapkan (*norma subjektif*), dan *selfefficacy* dengan perilaku (*perceived behavioral control*) adalah konsep yang sangat berbeda masing-masing memiliki tempat yang penting dalam penelitian sosial dan perilaku (Ajzen, 1991).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.
- H2 : Terdapat pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.

- H3 : Terdapat pengaruh dari brand image terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.
- H4 : Terdapat pengaruh dari lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.
- H5 : Terdapat pengaruh secara bersama-sama dari kualitas produk, harga, brand image dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.

B. METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil obyek pada pelanggan Rocket Chicken di Magetan yang berdomisili di Kabupaten Magetan, Jawa Timur. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan metode angket (kusioner). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan rocket chicken yang berdomisili di Kabupaten Magetan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu pernah membeli produk Rocket Chiken, telah menjadi pelanggan tetap Rocket Chiken, dan berdomisili di Kabupaten Magetan. Dikarenakan populasi yang memiliki presentasi cukup besar dengan jumlah yang berubah-ubah. Jadi, mengenai data sampel dalam penelitian ini yaitu pelanggan rocket Chiken cabang magetan sebesar 384 orang. maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 384 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi dengan variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), *Brand Image* (X3), Lokasi Usaha (X4) dan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Jika nilai signifikan dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0,05 berarti data normal

(Ghozali 2016:164). Berikut hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* yang telah dijalankan :

Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>Unstandardized Residual</i>		
N		384
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	<u>.0003000</u>
	<i>Std.</i>	1.34814829
	<i>Deviation</i>	
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	<u>.105</u>
	<i>Positive</i>	<u>.035</u>
	<i>Negative</i>	<u>-.105</u>
<i>Test Statistic</i>		1.105
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0.210 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024.

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dipaparkan diatas,maka disimpulkan bahwa seluruh data yang didapatkan dinyatakan telah terdistribusi secara normal dan layak untuk dilakukan uji hipotesis.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 2. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a					
		<u>Unstandardized Coefficients</u>		<u>Standardized Coefficients</u>	
Model		B	Std. Error	Beta	T Sig.
1	(Constant)	5.779	.903		6.397 .000
	Kualitas Produk	.147	.064	.157	2.309 .021
	Harga	-.064	.064	-.067	-.997 .320
	Brand Image	.315	.078	.251	4.046 .000
	Lokasi	.296	.069	.286	4.293 .000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024.

Hasil uji t yang telah dijalankan menghasilkan nilai sebagaimana dipaparkan diatas, maka disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan

Hasil regresi dari kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,309 dan nilai signifikansi sebesar 0,021. Dengan membandingkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,100) dan nilai sig. $< 0,05$ maka disimpukna bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Terdapat Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan” dinyatakan diterima.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan

Hasil regresi dari harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) didapatkan nilai t_{hitung} sebesar -0,997 dan nilai signifikansi sebesar 0,320. Dengan membandingkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,100) dan nilai sig. $> 0,05$ maka disimpulkna bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Terdapat Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan” dinyatakan ditolak.

3. Pengaruh Brand Image (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan

Hasil regresi dari brand image (X3) terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 4,046 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan membandingkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,100) dan nilai sig. $< 0,05$ maka disimpulkna bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari brand image (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Terdapat Pengaruh Brand Image (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan”

dinyatakan diterima.

4. Pengaruh Lokasi Usaha (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan

Hasil regresi dari lokasi usaha (X4) terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 4,293 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan membandingkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,100) dan nilai sig. $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari lokasi usaha (X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Terdapat Pengaruh Lokasi Usaha (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan” dinyatakan diterima.

Uji Hipotesis (Uji F)

Uji ANOVA dalam regresi linear berganda, nilai f_{tabel} dapat dilihat dalam tabel distribusi nilai F pada perpotongan baris DF1 dan kolom DF2. Untuk DF1 adalah jumlah variabel bebas = 4, sedangkan DF2 adalah jumlah sampel dikurangi jumlah variabel bebas dan dikurangi 1 = $384 - 4 - 1 = 387$. Maka didapatkan nilai f_{tabel} pada perpotongan baris 387 dan kolom 4 yaitu sebesar 5,637.

**Tabel 3. Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a**

		Sum of				
Model		Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	336.291	4	84.073	45.036	.000 ^b
	Residual	707.519	379	1.867		
	Total	1043.810	383			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Brand Image, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024.

Hasil regresi berganda secara simultan dari variabel kualitas produk (X1), harga (X2), brand image (X3) dan lokasi usaha (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 45,036 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan membandingkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (5,637) dan nilai sig. $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari variabel kualitas produk (X1), harga (X2), brand image (X3) dan lokasi usaha

(X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Terdapat Pengaruh bersama-sama dari Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Brand Image (X3) Dan Lokasi Usaha (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan Rocket Chicken Di Magetan” dinyatakan diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.866 ^a	0.821	0.814	10.355

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Brand Image, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,821 yang diartikan bahwa variabel bebas (Kualitas Produk, Harga, Brand Image Dan Lokasi Usaha) secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 82,1% terhadap variabel terikat keputusan pembelian, sedangkan 17,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

D. SIMPULAN

Setelah melalui tahap analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk, *brand image* dan lokasi usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Rocket Chicken Magetan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas produk, *brand image* dan lokasi usaha yang strategis, maka akan semakin kuat keputusan pelanggan dalam membeli menu di Rocket Chicken Magetan. Sedangkan variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di Rocket Chicken Magetan. Secara simultan variabel kualitas produk, harga, *brand image*, dan lokasi usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Rocket Chicken Cabang Magetan.

E. SARAN

Hasil Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis di bidang pemasaran khususnya terkait yang berkaitan dengan variabel yang di teliti yaitu pengaruh dari kualitas produk, harga, *brand image* dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pada objek pelanggan Rocket Chicken. Variabel bebas (Kualitas Produk, Harga, *Brand Image* Dan Lokasi Usaha) secara bersama-sama memiliki pengaruh variabel terikat keputusan pembelian, maka untuk penelitian selanjutnya dapat disarankan menambahkan variabel bebas lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Achmad, R. L., Hartono, & Hidayat, M. S. (2019). *Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sepatu Merek Boots Pada Umkm Ud. Wardana Surodinawan Mojokerto*. Universitas Islam Majapahit.
- Aditya, G., Ristanto, H., Kusmanto, & Rubiyati. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rocket Chicken Karangjati). *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 7(2).
- Afshar, A. J., Gasti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, & Khaksar. (2011). Study the Effect of Customer Service And Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science - University of Pune India*.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Springer.
- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Amalina, R. N., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rocket Chicken Sukorejo Kendal). *Diponegoro Journal of Management*, 14(2).
- Aminudin, A. (2016). *Pengaruh Desain Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Toko Tas Baleno Kabupaten Garut*. Universitas Komputer Indonesia.
- Cockrill, D. R., & Schindler, P. S. (2020). Perceived Price And Price Decay In The DVD Market. *The Journal of Product and Brand Management*, 19(5).

- Fiani, M. S., & Japariato, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harvest. (2023, April 19). *Consumer Trends Every Food Business Needs to Know*. <https://www.harvestfoodsolutions.com/consumer-trends-every-bakery-business-needs-to-know/>
- Hidayat, R. S., & Sutopo. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Warung Spesial Bebek Goreng Andalan). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3).
- Hidayat, R. T., & Zuliarni, S. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha pada Volume Penjualan (Survei pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). PT. Indeks.
- Kurniawati, D., & Suharyono, K. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2).
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Uniqlo (Studi Pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4).
- Laksmi, D. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Genuk Semarang)*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Majid, A., Fazal, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*, 2(1).
- Markoni. (2011). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, IV.
- Murty, W. A., & Hudiwinarsih, G. (2018). Pengaruh Kompensasi, Motivasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Surabaya). *The Indonesian Accounting Review*, 8(2).
- Oktavia, I. D., Ngatimun, & Hermawan, D. J. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Di Rocket Chicken Dringu Kabupaten Probolinggo. *JUMAD-Journal Management, Accounting, and Digital Business*, 1(5).
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2020). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th ed.). McGraw Hill.
- Rafli, R. A., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Janji Jiwa Mall Tentrem Semarang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(2).
- Ratnasari, A. D., & Harti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Djawi Lan kafe Coffee Surabaya). *Diponegoro Journal of Management*, 3(6).
- Sagita, F. E. (2014). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried Chicken (KFC) di Cabang Bakso Grand Mall. *Jurnal Manajemen*, 2(2).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen*. Andi Publisher. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsurizal, & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken kota Bima. *JURNAL BRAND*, 2(2).
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Publisher.
- Valentino, L. F. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Ayam Rocket Chicken Di Lamongan)*. Universitas Islam Malang.
- Wulandari, W., Izzuddin, A., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Mie Sakera Ajung Kalisat Kota Jember). *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 1(3).