

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M., Yulianah, dan Primasari, A. H. (2020). Analysis of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty in Mediation by Customer Satisfaction at Loka Supermarket Cibubur. *International Journal of Science and Society*, 2(4), 147–158.
- Aliyah, H., dan Istiyanto, B. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali Saat Pandemi. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 130-135.
- Alenda, D. A., Ramilah, S., Aprilda, G. P., dan Yusuf, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ShopeePay. *Accounting and Management Journal*, 5(2), 1-8.
- Ali, M. (2023). Pengaruh Harga dan Suasana Coffe Shop Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada AR Coffee di Bundaran Keris Pekanbaru. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Amin, T., Arisman, A., dan Lestari, S. P. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Layout Terhadap Kepuasan Konsumen Di Letter Coffee. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(4), 471-474.
- Aprita, R., Maharani, N., dan Alam, I. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan*, 1(4), 235-242.
- Aswad, S., Realize, R., dan Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampus Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77-85.
- Dina, H. M., Winarno, S. T., dan Yektiningsih, E. (2023). The Influence of Product Quality, Price, and Income on Rice Purchasing Decisions at PT. Komoditi Tani Indonesia. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(1), 2004-2011.
- Drummond, K. E., and Brefere, L. M. (2021). *Nutrition for foodservice and culinary professionals*. John Wiley and Sons.
- Gefen, D., and Straub, D. W. (2004). Consumer trust in B2C e-Commerce and the importance of social presence: experiments in e-Products and e-Services. *Omega*, 32(6), 407-424.
- Ghozali, i. (2014). *Structural Equation Modeling. Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*., Edisi 4 Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hardiyati, R., dan Khasanah, I. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. In *New challenges to international marketing* (Vol. 20, pp. 277-319). Emerald Group Publishing Limited.
- Hutauruk, S. L. B., dan Sitorus, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Batam. *eCo-Buss*, 5(2), 484-495.
- Jumhari, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Bengkel Honda Nss Ahass 1838 Karawang. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 321-328.
- Juwanto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak. *Universitas Semarang*.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, P. dan G. Amstronng. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 9. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia, Jakarta
- \_\_\_\_\_. (2016). *Principles of Marketing (16th Editi)*. Pearson.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kristina, O., Rusno, R., dan Hidayat, C. W. (2022). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Seblak Mamang Ndut Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 10(2), 14-20.
- Lovelock, C., and Wirtz, J. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Alih Bahasa Agus Widyanoro (Cetakan Kedua)*. Jakarta: PT Indeks.

- \_\_\_\_\_. (2011). *Service marketing, people, technology, strategy* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi R. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*. Jakarta: PT salemba Empat.
- Marendra, I.G. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket (ALfamart atau Indomaret). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 34-52.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., dan Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427.
- Nugroho, S. (2016). Analisis pengaruh cita rasa, label halal, dan diversifikasi produk terhadap keputusan beli konsumen pada produk olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur (Studi kasus pada UD Bina Makmur Pacitan, Jawa Timur). *At-Tauzi: Islamic Economic Journal*, 15(2), 131-148.
- Nuraziizah, Z., Mandei, J. R., dan Loho, A. E. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kopi Lain Hati Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 19(1), 449–456.
- Oliver, R. L., and Westbrook, R.A. (1993). Profiles of Consumer Emotions and Satisfaction in Ownership and Usage. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 6, 12-27.
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., dan Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255-262.
- Pena, M. M., Silva, E. M. S. D., Tronchin, D. M. R., and Melleiro, M. M. (2013). The use of the quality model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in health services. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 47(05), 1227-1232.
- Pradipta, dan Yulianthini. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai yang Coffe Singaraja. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.4.No.1(ISSN: 2685-5526), 85–94.
- Prasasti, G. A., dan Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276-288.
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., dan Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 23-32.

- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu.
- Rahmawati, L., Winarno, S. T., dan Roidah, I. S. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction of Eazy Coffee Jombang. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*.
- Rangkuti, R. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayana Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Kota Medan). *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Riyanto, K., dan Satinah, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(01), 30-37.
- Saidani, B., dan Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *JRMSI-JurnalRiset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Sandy, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Benteng Indo Bangunan (*Doctoral dissertation, Prodi Manajemen*).
- Sembiring, I. J., Suharyono, dan Kusumawati, A. (2014). *Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. 15(1), 1–10.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Stanner, S., and Denny, A. (2009). Healthy Ageing: The Role of Nutrition and Lifestyle - A New British Nutrition Foundation Task Force Report. *Nutrition Bulletin*, 34, 58–63.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Edisi ke-2)*. Alfabeta.
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., dan Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Tamaya, D., dan Mulyono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Harga, dan Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan di Hasan Bakery Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 437–454.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- \_\_\_\_\_. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. dan Arief, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana XI Pada PT. XI Axiata Tbk Cabang Muaro Bungo (*Doctoral dissertation, Manajemen*).
- Tjiptono, F. dan Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utari, W., Utama, M. L. A., dan Heryyanto, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mj Enamel. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 18(2), 173-187.
- Valerina, M., dan Adysholihah, R. (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Halsean Coffee and Resto di Kota Cimahi, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, 3(2), 52–60.
- Wijaya, C. R., dan Bernardo, I. (2022). The Effect of Product Value, Service Quality, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Kedai Kopi Kenangan Mall of Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 80-94.