

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. N., Studi, P., Manajemen, S., Putra, S., & Kebumen, B. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Taste Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 1–15.
- Armstrong, K. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (edisi kedu). Erlangga.
- Dwi Ariyani, F. R. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, vol.17 No.
- Eka, I. P., & Prasada, A. (2018). *PERAN KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Era global yang semakin maju dan pola hidup serba praktis menuntut segala sesuatunya dilakukan dengan*. 7(10), 5284–5313.
- Ghozali, imam. (2013). *Aplikasi Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2013). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hana, qonita rafida. (2023). pengaruh harga dan cita rasa terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. *International Journal of Technology*, 47(1), 100950. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.01.002><https://doi.org/10.1016/j.cspt.2023.100950><https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.04.007><https://doi.org/10.1016/j.trd.2021.102816><https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.03.015><https://doi.org/10.1016/j>
- Kanuk, L. S. dan L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Ed.7). USA : Pearson prentice hall, 2000.
- Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Keti). Erlangga.
- Kusumaningrum, F. D., & Supradewi, R. (2019). Pengaruh warna cangkir terhadap persepsi cita rasa minuman kopi pada mahasiswa angkatan 2018 fakultas psikologi universitas islam sultan agung semarang. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU) 2, 2004, 409–419*. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuhum/article/view/8158>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mega, D. saleha, & Prabantoro, G. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi

Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Cafe Terrace Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta). *SI Manajemen*, 1–25.

Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. (*JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 143–149. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.918>

Oliver, Richard L. 2014. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Second Edition, Routledge, New York.

Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–9.

Setyaningsih. (2010). "*Pemasaran dan Strategi Pemasaran Produk*". Yogyakarta: BPFE

Soedarno. 2006. *Menjadi Kaya dengan UKM Otomotif Roda Dua*. Jakarta: Kawan Pustaka.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa : edisi terbaru*. Yogyakarta: Andi

Wardani, Y. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.

Widyawati, L. A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Minimarket “Jago” Di Wage Sidoarjo. *Repository STIE Mahardika*, 1(1), 1. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/id/eprint/2408>

ZUHRY, M. F. (2024). *PENGARUH LOKASI, FASILITAS, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 0, 1–23.

Zulfa, N., Arief, M. Y., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Cita Rasa Dalam Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Bu Tatik Di Kapongan Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 713. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i4.2057>