

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Penerbit Mitra Utama.
- Adrian, I. (2022). Pengaruh Food Quality Dan Perceived Price Fairness Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7, 329–342.
- Arifin, A. K., & Soediono, W. (2021). Pengaruh Food Quality, Price, Location and Environment Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction. *E-Jurnal Manajemen Tsm*, 1(4), 151–164. <http://jurnaltsm.id/index.php/EJMTSM>
- Asri, V. C. A. K., & Dwiayanto, B. M. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Industri Rumah Tangga Jamu Putri Ayu Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(03), 2337–3792. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Badalu, R. B. (2021). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Djurnal Coffee Tunjungan Plaza. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(2), 10.
- Binaraesa, N. N. P. C., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.61-68>
- Budiarno, Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14(3), 1–22.
- Dhuhaiini, N. R., Basalamah, M. R., & Budi, W. (2023). Pengaruh Service

Quality Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening di Front One Inn De Laia Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 285–295.

Fatihudin, D., & Firmansayah, A. (2019). *Pemasaran Jasa* (A. D. Nabila (ed.)). Deepublish.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Undip.

Gita, C., Rahmawati, E. D., & Gunaningrat, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Fun House Resto. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(5), 161–175. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i5.189>

Griffin, J. (2009). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (1st ed.). Erlangga.

Hadi, S. (2004). *Metodologi Research Jilid 2* (2nd ed.). Andi Offset.

Hakim, A. L., Handoko, Y., & Ruspitasari, W. D. (2023). Pengaruh Food Quality dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Saat Pandemi (Studi Pada Ayam Goreng Nelongso Batu Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2), 2–10. <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.34>

Hallowell, R. (1996). The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: An empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, 7(4), 27–42. <https://doi.org/10.1108/09564239610129931>

Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan , Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (D. Wandana (ed.); 1st ed.). CV. Jakad Publishing.

Hidayat, M., Hadi, E. D., & Anggarawati, S. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Produk Kopi Kapal Api. *The Manager Review*, 4(1), 212–240. <https://doi.org/10.33369/tmr.v4i1.25827>

Hidayat, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Melalui Kepuasan Pelanggan di Grand Garden Restaurant Bogor. *Bogor Hospitality Journal*, 5(1).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Irawan, H. (2004). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (5th ed.). Elex Media Komputindo.

Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta (ed.); 6th ed.). CV Andi Offset.

Knight, J. B., & Kotschevar, L. H. (2000). *Quantity: Food Production, Planning, and Management, 3rd Edition* (3rd ed.). Wiley.

Kotler, P., Armstrong, G. M., & Parment, A. (2016). Principles of Marketing. In *The Economic Journal* (2nd ed., Vol. 38, Issue 151). Pearson. <https://doi.org/10.2307/2224326>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (14th ed., Vol. 37, Issue 1). Prentice Hall. <https://doi.org/10.2307/1250781>

Kuncoro, A., & Kristianti, M. (2024). *Metodologi Penelitian Bisnis* (L. P.H (ed.)). Eureka Media Aksara.

Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 355–370. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1215>

Lovelock, C. H., & Wright, L. J. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). PT. Ideks.

Mariansyah, A. (Universitas B. D., & Syarif, A. (Universitas B. D. (2020).

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. 3(2), 134–146.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2005). *Perilaku Konsumen Jilid 1 Terjemahan oleh Lina Salim*. Erlangga.

Musanto, T. (2004). Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 128.

Nugroho, F. D., Budiharjo, A., & Muhardono, A. (2022). Pengaruh Food Quality, Service Quality, Price dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Kampung Jawa - Pawon Simbah). *Prosiding Seminar Nasional FEB UNIKAL*, 1184–1192.

Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44.

Oliver, R. L. (2015). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer: A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd ed.). Routledge. In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (2nd ed., Vol. 6, Issue 1). Routledge.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>

Pinaraswati, S. O., & Farida, I. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Fastfood Berdasarkan Kualitas Layanan, Harga Dan Kualitas Produk Di Masa Pandemi. *Jurnal Eksekutif*, 18(2), 268–278. <https://doi.org/10.60031/jeksekutif.v18i2.297>

Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kompetitor* (M. A. Firsada (ed.); Pertama). Alfabeta.

Purba, R. (2006). Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. The Asian Manager (February-March). *The Asian Manager*, 9(1), 28–32.

Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (B. Ismaya (ed.); Pertama, Issue January). CV Saba Jaya Publisher.

- Ramadhani, M. A., & Indriani, F. (2022). Analisis Pengaruh Food Quality, Food Safety, dan Time Saving Orientation Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Annisa Catering Pada Masa Pandemi Covid-19. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Rifa'i, K. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan. In *Zifatama publisher*. [http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku Membangun Loyalitas Pelanggan Oleh Dr. Khamdan Rifa'i%2C SE.%2CM.Si.pdf](http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku%20Membangun%20Loyalitas%20Pelanggan%20Oleh%20Dr.%20Khamdan%20Rifa'i%20SE.%20CM.Si.pdf)
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.1023>
- Rizqiningsih, D. U., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Starbucks Coffee Kota Surabaya). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 242–256. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i2.3351>
- Robinette, S., & Brand, C. (2001). Emotion marketing: the Hallmark way of winning customers for life. In *McGraw Hill Professional*. McGraw-Hill Education. http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=lo3ebx7rZ_kC&pgis=1
- Samuel, R., & Ramadhan, T. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk dan Price Discount Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Coffee (Studi Kasus Starbucks Coffee Green Pramuka)*. 8(4), 5041–5049.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Komunikasi : Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (N. Wk (ed.); 1st ed.). Andi Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=v3fvzwEACAAJ>
- Sari, N., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 368. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.121>
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur untuk riset bisnis dengan SPSS* (A. H. Triyuliana (ed.); 1st ed.). Andi Offset.

- Scheuing, E. E., & Christopher, W. F. (1993). The Service quality handbook. In *Choice Reviews Online* (Vol. 31, Issue 10). Amacom. <https://doi.org/10.5860/choice.31-5540>
- Setiawati, S., Guspul, A., & Meftahudin. (2020). Pengaruh Service Quality, Food Quality, Price dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Eatbox Kitchen Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 335–342. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1229>
- Sholikhah, A. F., & Hadita. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Sukoco (ed.); 3rd ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik* (Monalisa (ed.); 1st ed.). RajaGrafindo Persada.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–10.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (ed.); 10th ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (1st ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service quality dan satisfaction* (3rd ed.). Andi Offset.
- Wang, Y.-C., Venter, B.-P., & Huang, C.-H. (2012). The relationship between customer satisfaction, social responsibility, and long-run financial performance. *The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa*, 8(2), 167–187. <https://doi.org/10.4102/td.v8i2.226>

- Wiratno, D., & Abdurrahman. (2020). Analisis Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen : Pada Keripik Maicih. *JCA Ekonomi*, 1(2), 414.
- Wood, M. B. (2009). *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran Pariwisata Daerah*. PT Indeks. <https://books.google.co.id/books?id=0O8YcgAACAAJ>
- Yunanto, A. D., Lestari, W. D., Kuswati, R., & Achmad, N. (2023). Pengaruh Service Quality dan Product Quality Terhadap Customer Loyalitas dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Kedai Kopi El El Di Pacitan. 1–21.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. In *Managing Service Quality: An International Journal* (Vol. 14, Issue 5). McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1108/msq.2004.14.5.436.1>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. In *Managing Service Quality: An International Journal* (Vol. 14, Issue 5). McGraw-Hill Irwin. <https://doi.org/10.1108/msq.2004.14.5.436.1>