

## DAFTAR PUSTAKA

- Anissah Balqis Anggraini, & Saino. (2022). Pengaruh Harga, Physical Evidence, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591–1599.
- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 Di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XVIII(2), 166–183.
- Arif, M., & Syahputri, A. (2021). The Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty with Consumer Satisfaction as a Intervening Variable at Home Industry. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 4(2), 398–412.
- Darajah, R., Widjajanti, K., & Kuswardani, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Sustainable Business Journal*, 1(1), 1–14.
- Ferdinand, P. A. D. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, P. D. H. I. M. C. A. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, P. D. H. I. M. C. A. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24* (Edisi 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (A Global Perspective)* (Seventh Ed). Pearson Education.
- Indah, W. Utami. (2017). *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. CV. Pustaka Bengawan.
- Indrayani, P., & Syarifah, T. (2020). Pengaruh Inovasi, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kue Pia Fatimah Azzahra Di Kecamatan Tanjung Tiram. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(1), 1–10.
- Juliansyah, E., & Sobar, A. (2019). The Effect of Product Taste Image and Service Quality on Customer Satisfaction on Sukabumi Cakra Bada Piscok Business. *Jurnal Ekonomak*, V(1), 102–112.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Education Limited* (15 Edition). Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Lahindah, L., Merisa, & Siahaan, R. A. (2020). The Influence of Product Innovation and Service Quality to Buying Decision and The Impact to Repeat Buying at Progo Road Bandung. *The Asian Journal Technology Management*, 11(2), 118–124.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Berbasis Kompetensi)* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Mahendra, S., Wijaya, M., & Syahriandy. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penelitian Konsumen Pada Roemah Bata Café & Resto Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(2), 161–166.
- Manggala, H., Adirinekso, G. P., & Si, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Shaburi Kelapa Gading). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53.
- Marpaung, F. K., Samosir, M. A., Ferbina, E., & Ndraha, I. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Skincare Himalaya Pada PT. The Himalaya Drug Company di Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 73–82.
- 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.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>.
- Pauzy, D. M., Gian R. W., Arif. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Produk Kelom Shenry di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 73-81.
- Program Studi Manajemen. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.
- Putera, K. B. E., Nanis S & IB Cempena. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen

dan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening pada Coffe Shop di Bandung. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1(1), 1-7.

Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru. *Journal of Applied Business and Technology*, 1(2), 137–150.

Rivaldo, Y., Yusman, E., & Supardi. (2021). Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada. *Jurnal As-Said. LP2M. Institut Agama Islam Abdaullah Said Batam*, 1(1), 10–18.

Rosanti, N., & Salam, K. N. (2021). *The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions*. 2(6).

Saputra, D., Indarini, & Margaretha, S. (2020). *The Effect of Consumer-Based Brand Equity on Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Coffee Bean & Tea Leaf or Maxx Coffee*. 115(Insyma), 293–298. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200127.060>

Septiyandini, D., Ida, A., Istiqomah. (2023). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Cita Rasa melalui Keputusan Pembelian pada Bubur Bakar Di Nusukan Banjarsari. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2), 1-18.

Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49.

Siti, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas KOnsumen pada Mie Liho Mie Kiro Gresik. *IQTISHAdequity*, 1(2), 57-68.

Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 8). Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (Edisi 10). Alfabeta.

Tjiptono, F. P. D. (2019). *Pemasaran Jasa; Prinsip, Penerapan, Penelitian* (Andi (ed.); Edisi II). C.V. Andi Offset.

Tjiptono, F. P. D., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction* (Andi (ed.); Edisi 4). C.V. Andi Offset.

Tryadi, A., & Muhajirin. (2021). Pengaruh Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Surf Café Kota Bima). *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 2(7), 291–298.

Umbola, F., Mawuntu, P., & Potolau, M. (2019). The Influence Of Brand Image

And Price Perception On Purchase Decisions. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 8(2), 51–56.

Wahyuni, S. (2019). The Influence of Product Innovation, Brand Image, and Physical Evidence to Purchase Decision and WOM of Starbucks in Jakarta. *Middle East J. of Management*, 6(2), 123–138.

Wicaksono, A. B., & Haholongan, R. (2022). Influence of Word of Mouth, Taste Image and Price On Purchasing Decisions On Wonogiri H. Juara Meatballs in East Jakarta. *Economic and Business Management International Journal*, 4(1), 17–27.

Wulandari, E. E. P. (2021). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 74–86.

Zeithaml, V. A., m.j. Bitner. (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6<sup>th</sup> ed.* Mc-Graw Hill. Boston.