

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi satu). Salemba Empat.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*.
- Eliza, & Farhan, M. (2023). Analisis Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Pemediasi Pada Café Es The Indonesia Cabang Ampang Padang *Analysis Of Product Quality And Price On Customer Loyalty With Service Quality Asamediate*. XVII(01), 18-32
- Febrida, A., Ridwan, D. H., & Nastiti, D. H. (2020). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millenial. *Jurnal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 500–513.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis multivariati dengan program SPSS*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Heranita, C. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Gerai Boba Rich Kartasura*. [http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6357/1/Skripsi Chaerani Heranita.pdf](http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6357/1/Skripsi%20Chaerani%20Heranita.pdf)
- Hutapea, M. H., Rahmani, N. A. B., & Tambunan, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Durian Kocok 77 Tempuling. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(5), 44–60.
- Ivan Diosani, Bayu Pramutoko, A. D. E. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Suasana, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marwah Tirta & Resto 3 Kabupaten Kediri Ivan Diosani 1, Bayu Pramutoko 2, Aprilia Dian Evasari 3 Universitas Islam Kediri. *Jurnal Ilmu Sosial*, 01(9), 120–130.

- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 27–34. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/1301>
- Kristianta-, M. D., Rachmi-, A., Niaga, A., & Malang, P. N. (2021). *Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kopi janji jiwa di kota blitar*. 2019–2022.
- Kristina, O., & Hidayat, C. W. (2022). Pengaruh Harga, Citra Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Seblak Mamang Ndut Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 10(2), 14–20.
- Mahfud, M. N. F., & Santoso, E. B. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ngeteh Nusantara Di Probolinggo. *Journal on Education*, 9(2), 124–129. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1433>
- 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>
- Masfufah, N., Soebiantoro, U., Ekonomi, F., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2021). *Pengaruh citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen*. 23(4), 765–772.
- 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>
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). *Analisis Citra Merek , Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa)*. 10(1), 86–104.
- Pratiwi, N. D., & Fadhli, K. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Priansa, D. J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. ISBN 978-602-289-273-1

- Rahmawati, Y., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 1(3), 117–127.
- Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2020). Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan “Soto Dok Lamongan” Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 542–550.
- Rijqi, V. A., & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Cita Rasa , Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Arabic Kebab Cikarang Bekasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 176–189.
- Santika, A. N., Pauzy, D. M., & ... (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citarasa terhadap Kepuasan Konsumen: Survei pada Konsumen M'DI Coffee In Cafe Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah ...*, 1(11), 3876–3880.
<http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/850%0Ahttp://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/download/850/781>
- Sendi afrianto, Dedy Ansari Harahap, & Ayu Esti Maharani. (2022). Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Merek Kopi Kong Djie Siburik. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2), 1427–1431. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.4736>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (Andi (ed.)).
- Wahyono, F. N., & Saputra, R. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 270–281.
<https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.306>