

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Hasiolan, L. B., & Malik, D. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo. *Journal Ekonomi dan Bisnis*.
- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia.
- Binaraesa, Ni Nyoman Padang Cakra, Imam Hidayat, dan Marsudi Lestariningsih. 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).
- Ernawati, Diah. 2019."Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung." *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)* hal. 17-32.
- Evi Laili Kumrotin¹ dan Ari Susanti 2021 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo " *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol6 , No.1 , (Juni) hal 3-12
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang, *Jurnal Inovasi Penelitian*. 2(2). 603-612.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gilbert, David. 2003. *Retail marketing management, Second Edition*. Prentice Hall.
- Gunawan, R., & Azhar, D. (2020). Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), 60-72.

- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424
- Harahap, D. A., & Maharani, A. E. (2022, Agust). Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Merek Kopi Kong Djie Siburik. *In Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2)
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit
- Salemba Empat. Jakarta.Mekaniwati, A. (2020). Analisis Persepsi Konsumen Atas Kualitas Produk, Persepi Harga, Dan Suasana Kopi Nako Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(2), 113-122.
- Muhammad Faisal. 2020. *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Suasana Café dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Café D'Qibis di Bukittinggi*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart dikota Medan. *In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nasution, M. Amri. "Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Dyza sejahtera medan." *Warta Dharmawangsa* 13.1 (2019).
- NURAFRINA SIREGAR, S.E., M.Si .dan HAKIM FADILLAH, S.E. 2018."Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan." *Jumant* (Desember), hal. 87-96.
- Ordelia, Jessica. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dicafe *One Eighteenth Cofffe*." *media neliti publications* 1(1): 1.

- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14 (1), 16.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA di Kota Pati. *JURNALSTIE SEMARANG VOL 8, NO 2*, Edisi Juni 2016 (ISSN: 2252-826). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Semarang
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sumiyati, S., & Soliha, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Warunk Upnormal Semarang).
- Tjiptono Fandy, 2015, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi, Yogyakarta
- Wahyudi, M. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepruk* (Doctoral dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang).
- Wahyuningtyas, Y. E. & P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup (*Lifestyle*) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8