

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Chatime. (n.d.). <https://chatime.co.id/aboutus>
- Deliyanti, O. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang PRESSindo.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghojali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- H Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media. <http://www.mitrawacanamedia.com>
- Haizer, Jay dan Rander, B. (2015). *Manajemen Operasi* (9th ed.). Salemba Empat.
- Huda, N. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi* (1st ed.). Kencana.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Kasmir. (2017). *Stomer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kevin Lanae Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Amstrong, G, M, keller. (2014). *Buku Prinsip prinsip pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., dan Amstrong, G, M, keller. (2015). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., dan Amstrong, G, M, keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Amstrong, G, M. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lina Sari Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan.

Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.

M, B. (2012). *Coporate and Marketing Communication*. Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Manullang, M. E. H. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka.

Naresh k, M. (2014). *Basic Marketing Research*. PT. Indeks.

Nurlaela, A. S. W. dan L. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PT Fast Food Indonesia, Tbk (Studi Kasus pada KFC Cabang Transmart Cilandak)*. 54–65.

Regina, C., & Ds, A. H. (2020). Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Du Cafe Semarang) Pendahuluan Rumusan Masalah Kerangka Teori Hipotesis Hipotesis dapat digunakan untuk meyakinkan bahwa variabel X adalah penyebab. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. IX, No. IV, IX(Iv), 465–474.

Sangadji, E. M, S. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.

Siswanto. (2014). *Pengantar Manajemen* (10th ed.). Bumi Aksara.

Sofjan, A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali-Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta.

Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Suyadi, P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Kebijakan Kinerja Karyawan : Kiat Membangun Organisasi Kompetitif Era Perdagangan Bebas Dunia*. Rajawali Press.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.).

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. ANDI.

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.

Tjiptono, F. dan A. D. (2015). *Pelanggan Puas ? Tak cukup !* (1st ed.). CV Andi Offset.

Tjiptono, F. dan G. C. (2016). *Service, Quality, Satisfaction* (Andi (Ed.)).

Zuhro, S., & Bahrudin, M. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.

<https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463%0D>

