

DAFTAR PUSTAKA

- Alwie, A. F., & Rahayu, D. D. (2009). Analisis Kualitas Pelanggan (Customer Satisfaction) terhadap Layanan Hypermart Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 17(2). <https://media.neliti.com/media/publications/8758-ID-analisis-kepuasan-pelanggan-customer-satisfaction-terhadap-layanan-hypermart-pek.pdf>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan qdalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (R. L. Toruan, Ed.). Elex Media Komputindo. https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dasar_pelayanan_prima/0wfQnzlfnwMC?hl=en&gbpv=1&dq=kepuasan+pelanggan&pg=PA46&printsec=frontcover
- Chen, M. (2016). *Foodservice Profile Indonesia*. <https://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6769-eng.pdf>
- Dewi, P. S. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN YANG DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i02.p01>
- Diasari, S. A., & Oetomo, H. W. (2016). PENGARUH HARGA, PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12).
- Djayapranata, G. F. (2020). *Kepuasan Konsumen Tidak Selalu Linear dengan Loyalitas Konsumen: Analisis pada Restoran Cepat Saji di Indonesia*.
- Fadilah, L., Sofyan Mulazid, A., & Silvia Sesunan, Y. (2018). Article Info The Effect Of Marketing Mix, Brand Image And Service Quality On Customer Loyalty In Bank BNI Syariah. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 2(2), 127–136. <https://doi.org/10.28918/ijibec>
- Fatihuddin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Jasa/txyPDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=mengukur+kepuasan+pelanggan+adalah&printsec=frontcover
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (1st ed.). Penerbit Qiara Media.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M. H., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=kualitas+produk+d an+kepuasan&printsec=frontcover
- Iqbal, M., Dahlan, A., & Kholid Mawardi, F. M. (2015). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 28(1)*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kurniawati, D., Kusumawati, A., & Suharyono. (2014). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 14(2)*.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=CZUDEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA16&dq=Buku+Ajar+Manajemen+Pemasaran+:+Bauran+Pemasaran+sebagai+Materi+Pokok+dalam+Manajemen+Pemasaran.&ots=__0f9VnIE0&sig=owVCPTqrI8wwDhdhnn0IWJ8nw5o&redir_esc=y#v=onepage&q=Buku%20Ajar%20Manajemen%20Pemasaran%20%3A%20Bauran%20Pemasaran%20sebagai%20Materi%20Pokok%20dalam%20Manajemen%20Pemasaran.&f=false
- Mustaqimah, A., Hartoyo, H., & Nurmalina, R. (2019). Marketing Mix Effect Towards Customer Satisfaction and Loyalty: Case Study of Rejuve Cold-Pressed Drinks. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.3.310>
- Nursalam. (2008). *Konsep & Metode Keperawatan* (2nd ed.). Salemba Medika. https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_Metode_Keperawatan_ed_2/62jmbdySq2cC?hl=en&gbpv=1&dq=Nursalam+konsep+%26+metode+keperawatan&printsec=frontcover
- Oliver, R. W. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Customer*. McGraw-Hill.
- Pamelia, I. (2018). PERILAKU KONSUMSI MAKANAN CEPAT SAJI PADA REMAJA DAN DAMPAKNYA BAGI KESEHATAN. *Jurnal IKESMA* , 14(2).

- Prastisto, A. (2004). *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*. Elex Media Komputindo.
- Pt. Fast Food Indonesia Tbk. (2021). *Laporan keuangan*.
- Schiffman, L. G., Hansen, H., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (S. Wall, Ed.; 11th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 15(1)*.
- Sulistiyanto, F. X., & Soliha, E. (2015). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPERS PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA PERUSAHAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA APOTEK "DELA" DI SEMARANG*.
- Suwandi, Sularso, A., & Suroso, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Cita Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres di Kantor Pos Bondowoso dan Situbondo. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen, 14(1)*.
- Widyasari, Soliha, E., Wuryan, S., & Damayanti, L. D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Koran Harian Suara Merdeka di Kota Semarang)*.
- W&S Market Research. (2015). *Comparative Report on Fast Food study, in Thailand, Indonesia and Vietnam in 2015*. <https://www.slideshare.net/nusaresearch/comparative-report-on-fast-food-study-in-thailand-indonesia-and-vietnam-in-2015>
- Xia, L., Monroe, K. B., & Cox, J. L. (2004). The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions. In *Journal of Marketing* (Vol. 68, Issue 4, pp. 1–15). <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.1.42733>