

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., & Tarama, D. (2021). *The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Influence of Service Quality and Perceived Value on Brand Loyalty*. 8(3), 315–328.
- Al-haddad, A. (2019). *Social Identification, Brand Image and Customer Satisfaction as Determinants of Brand Love*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-01662-3>
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., & Sabir, B. Y. (2021). *Hotel Service Quality : The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction Hotel Service Quality : The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality*. May. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Amalia, F., Widuri, T., Harianto, K., & Kadiri, U. I. (2023). *Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Periode 2019-2021*. 01(05), 50–60.
- Anjani, S., & Djamaluddin, S. (2018). *Effect of Product Quality and Price on Customer Loyalty through Customer Satisfaction*. 7(8), 13–20.
- Ardani, P. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2020). *Pengaruh Service Quality, Perceived Value dan Image Terhadap Customer Loyalty pada The Ulin Villas and Spa Seminyak*. 2, 251–260.
- Aris, B. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN BEBEK KALEO TEBET JAKARTA SELATAN DIMASA PANDEMI COVID-19*. 17(2), 223–247.
- Astana, I. G. M. O., & Karmini, K. (2022). *Jurnal Artha Satya Dharma Pengaruh Service Quality , Relationship Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention Pada Lia Beauty Salon*. 15(1), 57–63.
- Astuti, W. P., Ekonomi, F., Jakarta, U. N., Ekonomi, F., Jakarta, U. N., Yusuf, M., Ekonomi, F., Jakarta, U. N., Quality, P., Loyalty, C., & Satisfaction, C. (2021). *International Journal of Current Economics & Business Ventures THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN International Journal of Current Economics & Business Ventures*. 1(2), 1–13.
- Ayu, D., Gayatri, P., & Krisnawati, I. (2024). *Pengaruh Kualitas Makanan Food and Beverage Departement terhadap Kepuasan Pelanggan di Oena Restoran Grand Orchardz Hotel , Jakarta*. 2, 107–112.
- Basuki, K., & Marliyana, D. (2019). *The Effect of Consumer Experience and Food Quality on Customer Satisfaction of Culinary MSMEs in Jakarta moderated by Entrepreneurial Character*. 16215–16229.

- Budi, S. C., Hidayat, Z., & Mani, L. (2021). *The Effects of Experience and Brand Relationship to Brand Satisfaction , Trust and Loyalty Shopping Distribution of Consumer Philips Lighting Product in Indonesia. 1*, 115–124.
- Cynthia, D., Hermawan, H., Izzudin, A., & Jember, U. M. (2022). *PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. IX*, 104–112.
- Dewi, E., Tarigan, S., Wijaya, M., & Marbun, P. (2020). *The Influence of Lifestyle , Physical Environment , and Menu Variety on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in the Coffee Shop. 7*(March), 102–111.
- Dyah, R., & Sigar, G. (2022). *Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Restoran. December 2021*.
<https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2021.v09.i02.p10>
- El-adly, M. I. (2018). Journal of Retailing and Consumer Services Modelling the relationship between hotel perceived value , customer satisfaction , and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, xxxx, 0–1.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>
- Erianti, D., & Athanasius, S. S. (2019). *Peran Brand Trust dalam Pengaruh Kredibilitas Selebgram Endorser dan Perceived Value terhadap Brand Loyalty Pada Produk Kosmetik Di Semarang. 2*(2), 287–302.
- Fitriyani, S., Murni, T., Warsono, S., & Bengkulu, U. (2019). *PEMILIHAN LOKASI USAHA DAN PENGARUHNIA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA JASA BERSKALA MIKRO DAN KECIL. 13*(1), 47–58.
- Ghofur, A. (2021). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sego Njamoer (Studi pada Gerai Sego Njamoer Foodcourt Royal Plaza Surabaya) Program Studi Manajemen , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur. 5*(2), 380–394.
- Ghorbanzadeh, D. (2020). *Emotional brand attachment and brand love : the emotional bridges in the process of transition from satisfaction to loyalty*.
<https://doi.org/10.1108/RAMJ-05-2020-0024>
- Ginting, Y. M., & Yusriadi, Y. (2023). *International Journal of Data and Network Science Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia : An overview of the effect of e-service quality , e-word of mouth , customer trust , and customer satisfaction mediation. 7*, 329–340.
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>
- Hair, J. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Haryadi, A. R., Nanggala, A., Prayogo, F. A., & Surakarta, U. D. B. (2021). *Pengaruh Kualitas Makanan , Kualitas Pelayanan , Harga , dan Brand Image dalam Membangun Kepuasan Konsumen pada Restoran Ini Baru Steak Boyolali. 1998*, 934–943.

- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). *MODEL CITRA MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN BEAR BRAND : HARGA DAN KUALITAS PRODUK*. 3(3), 329–346.
- Hidayat, L., & Amalia, L. (2023). *Creating Customer Loyalty Through Antecedents of Customer Satisfaction at Hoka-Hoka Bento Fast Food Restaurants Menciptakan Loyalitas Pelanggan Melalui Faktor Antecedents dari Kepuasan Pelanggan pada Restoran Cepat Saji Hoka-Hoka Bento*. 2(4), 939–976.
- Innayah, A., Tkr, K., Kecantikan, T., Dan, K., Dan, R., Otomotif, T., Kendaraan, D. A. N., Di, R., & Ngawi, M. A. N. (2023). *UPAYA PENINGKATAN KETERAMPILAN SISWA MELALUI PROGRAM KELAS KETERAMPILAN TKR (TATA KECANTIKAN KULIT DAN RAMBUT) DAN TOKR (TEKNIK OTOMOTIF DAN KENDARAAN RINGAN) DI MAN 2 NGAWI*. 7(1), 24–32.
- Ivan, A., & Keni. (2022). *Pengaruh Food Quality dan Perceived Price Fairness Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediator*. 329–342.
- Jannah, M. (2019). *Analysis Inner-Outer Model Analysis of Emotional Intelligence and Performance of Staff from the Ministry of Religion in Kota Batam , Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.6-12-2018.2286295>
- Javed, S., Rashidin, S., & Jian, W. (2021). Predictors and outcome of customer satisfaction : moderating effect of social trust and corporate social responsibility. *Future Business Journal*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.1186/s43093-021-00055-y>
- Juniantari, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2020). *Pengaruh Service Quality dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Ganesa Transport*. 10, 1–16.
- Khong, R., & Salim, S. (2024). *Pengaruh Media Sosial Instagram , Citra Merek , dan Variasi Menu Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Restoran Wowrung . id Medan Pendahuluan Studi Literatur*. 1(1), 14–27.
- Kunadi, E. F., Wuisan, D. S. S., Pelita, U., & Tangerang, H. (2021). *LOYALTY PENGGUNA GOFOOD INDONESIA YANG DIMEDIASI OLEH PERCEIVED VALUE DAN CUSTOMER SATISFACTION*. 8(1).
- Kurniawan, H. H. (2017). *PENGARUH PERCEIVED QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI MEDIASI BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST. (Studi pada Brand Restoran McDonald's di Kota Malang)* Hironimus Hari Kurniawan. 4(2), 228–239.
- Kurniawan, R., & Valencia. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Makanan , Kualitas Pelayanan , dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Minat Berperilaku dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Café d i Kota Batam* Keywords : 1(1), 261–274.
- Lestari, S., & Manafe, L. A. (2023). *The Influence Of Product Variety And Customer Experience On Cutomer Satisfaction*. 2023(3), 1–9.

- Lystia, C., Winasis, R., Sabar, M., Buana, U. M., & Bisnis, F. E. dan. (2024). *INTERNATIONAL JOURNAL OF The Influence of Product Quality , Price Perception and Product Variety on Consumer Repurchase Intentions with Consumer Satisfaction as a Mediating Variable (Study pn Solid Surface Performnrite Products)*. 07(01), 333–341. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i01-41>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA , PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(4), 392–403.
- Madani, M. (2024). *International Journal of Current Science Research and Review The Relationship between Service Quality , Customer Satisfaction , Customer Perceptions , and Brand Loyalty at Nestle Indonesia Official Store in Shopee*. 07(08), 5963–5969. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V7-i8-12>
- Maemunah, A. S., Basari, A., Nursolih, E., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2021). *PERAN CHANEL DISTRIBUTION (SALURAN DISTRIBUSI) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN*. 3, 109–122.
- Massie, A. L. W. J. D. D., Tawas, H., Pelayanan, P. K., Makanan, K., Harga, D. A. N., Manajemen, J., Ekonomi, F., Massie, A. L. W. J. D. D., & Tawas, H. (2021). *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 3 Juli 2021 , Hal . 1277 - 1285*. 9(3), 1277–1285.
- Meilani, R., & Nuh, K. ida ayu. (2020). *PENGARUH PRODUCT, PEOPLE, DAN PROCESS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA EKSPEDISI CV. HITAM OREN EXPRESS (HOE) DI SURABAYA*. 5, 33–46.
- Morquecho-campos, P., Graaf, K. De, & Boesveldt, S. (2020). Smelling our appetite? The in fl uence of food odors on congruent appetite , food preferences and intake. *Food Quality and Preference*, 85(November 2019), 103959. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103959>
- Mubayyanah, Kunaifi, A., Rahman, F., Rosyid, A., & Pamekasan, I. A. I. A.-K. (2021). *RAGAM MENU , LOKASI : PENGARUHNYA LOYALITAS*. 1(1), 55–80.
- Muji, U. C. S., & Aini, S. N. (2023). *Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Tengah Perubahan Global: Membangun Bisnis Online Menghadapi Kompetitor*. 6, 91–104.
- Muntazah, A., Novalia, Emeilia, R. I., & Informatika, U. B. S. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND LOYALTY PADA PERUSAHAAN TRAVEL DI MASA PANDEMI COVID-19*. 5(November).
- Nitiyasa, P., Wahyudi, L., & Sartika, R. C. (2024). *Determinants of Customer Satisfaction and Revisit Intention Post-covid-19 : a Case Study of Flyover Coffee Shop , Indonesia*. 8(10), 203–223.
- Novita, S., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality

- dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 368. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.121>
- Nurhadi. (2019). *Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah*. 6(Marketing Mix), 142–157.
- Nyoman, N., Leo, G., & Suhartanto, D. (2021). *Online Food Delivery Service : The Link Between Food Quality, E-Service Quality, Trust, and Loyalty*. 207(Issat), 697–702.
- Pally, N. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor*. 9(20), 537–552.
- Panday, R., & Nursal, M. F. (2021). *The Effect of Service Quality and Customer*. 4(1), 171–180.
- Petrescu, D. C., & Vermeir, I. (2019). *Consumer Understanding of Food Quality , Healthiness , and Environmental Impact : A Cross-National Perspective*.
- Pramesstya, D., & Rafida, V. (2024). *PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP*. 12(2).
- Priska, L. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Behavioral Intention Pada Restoran Top Yammie*. 8, 18–48.
- Putri, S. I., Ainurrohman, S., Riono, S. B., Manajemen, E. dan B., & Setiabudi, U. M. (2023). *Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap*. 2(2).
- Ramadhaniati, S., Wiwaha, A., Tyas, I. W., & College, S. J. I. (2020). *EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER*. 1(1), 1–10.
- Rita, R., & Davidson, D. (2022). *PENGARUH PRODUCT QUALITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION YANG BERDAMPAK PADA CUSTOMER LOYALTY*. 3(1), 9–16.
- Rofik, M., & Abrar, U. (2019). *Peningkatan Kualitas Layanan, Kelengkapan Porduk Dan Citra Perusahaan Sebagai Upaya Memaksimalkan Kepuasan Konsumen Pada Toko El Malik Kabupaten Sumenep*. 9(2), 110–126.
- Rohman, A. (2022). *ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Sate Jl . Niaga Pamekasan)*. 1(2), 1–24.
- Safitri, L., & Buana, U. M. (2022). *THE ANALYSIS OF FOOD QUALITY , CITY IMAGE , AND PROMOTION OF REVISITS IN BUKITTINGGI CITY TOURISM WEST SUMATERA WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE*. 3(3), 578–591.
- Salim, M. A., Soliha, E., Stikubank, U., & Siswanto, A. B. (2020). *EFFECT LOCATION , PRICE PERCEPTION OF SATISFACTION CUSTOMERS AND*

IMPACT ON. May.

- Sandy, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bulan, J., Atma, J., Karno, N., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bulan, J., Hadiono, S. K., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bulan, J. (2023). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI*. 1(7), 1053–1064.
- Sekaran, U. (2016). *Research Methods for business: A skill building approach*. 2(2), 203–206.
- Sela, F. V., Tumbuan, W. J. F. A., Mandagie, Y., & Kunci, K. (2023). *Multidisciplinary Science Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Sinar Mas Tomohon*. 1(3), 689–699.
- Shodiq, M., & Roostika, R. (2022). *Kualitas Layanan dan Kualitas Pengalaman terhadap Sikap dan Loyalitas Konsumen yang Dimediasi oleh Persepsi Nilai (Studi Kasus pada Bee Dyoti)*. 01(03), 214–225.
- Sholeh, M. S., & Jakaria, R. B. (2021). *Partial Least Square In Analyzing The Influence Of Service Quality , Facilities And Price On Customer Partial Least Square Dalam Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. 1(2), 1–6.
- Siregar, M. R. (2023). *Pengaruh Daya Tarik dan Interaktivitas Vlogger Makanan terhadap Loyalitas Merek yang Dimediasi oleh Kredibilitas dan Interaksi Parasosial pada Pelanggan UMKM Kuliner di Kota Banda Aceh*. 8(4), 982–1000.
- Situmeang, P. A., Nainggolan, B. M. ., Kristiadi, A. A., Manajemen, P., & Internasional, S. P. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Sushimas*. *Jurnal EDUTURISMA*, 5(1), 32–55.
- Song, H., Wang, J., & Han, H. (2019). *International Journal of Hospitality Management Effect of image , satisfaction , trust , love , and respect on loyalty formation for name-brand co ff ee shops*. *International Journal of Hospitality Management*, 79(December 2018), 50–59. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.12.011>
- Sukma, H., & Fauzi, R. U. A. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND IMAGE, VARIASI MENU, CITA RASA, HALAL AWARENESS DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG RESTORAN MIE GACOAN MADIUN (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Mie Gacoan di Kota Madiun)*. September 2023.
- Surakarta, U. M. (2023). *PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK YANG DIMEDIASI OLEH KECINTAAN MEREK* Luluk Intan Kusuma Wardani 1*, Wiyadi 2. 16(2), 105–122.
- Suryadi, R. N. (2020). *Pengaruh budaya organisasi, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja guru sma negeri di kota makassar*. 1(1), 14–28.

- Susanti, V., Sumarwan, U., & Megawati Simanjuntak, dan E. Z. Y. (2019). *CORE Provided by MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN* Susanti et al., 282 - 297 Metadata, citation and similar papers at core.ac.uk MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 9, No. 2, Juni 2019 PENGARUH PERCEIVED BRAND QUALITY, PERCEIVED VALUE DAN SWITCHING COST TERHA. 9(2), 282–297.
- Sutisna, I., Doktor, P., Pendidikan, I., Universitas, P., Gorontalo, N., & Pendahuluan, A. (2020). *Statistika penelitian*.
- Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). *LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA* Pendahuluan Rumusan Masalah. 11(3), 532–539.
- Syahputra, A., Ervina, Melisa, & Indonesia, U. P. (2022). *Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM*. 4, 183–198. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3498>
- Tambirang, C. I., Mandey, S., & Ogi, I. W. J. (2021). *Pengaruh Pemasaran Online, Food Quality, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Benu pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unveristas Sam Ratulangi Manado*. 9(4), 274–283.
- Tjokrosaputro, M., & Ignatius, A. (2020). *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN/Volume 4/No.1/Januari - 2020 : 60-64*. 4, 60–64.
- Walean, R., Ambalao, S., Roring, M., & Rihi, M. L. (2022). *Pengaruh Service Quality , Corporate Image dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction di Rumah Sakit Advent Manado*. 08(May), 853–878.
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). *The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik*. 2(1), 1–9.
- Wijaya, W. R. B., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk)*. 1(3), 82–91.
- Wiludjeng, S., & Purwaningdyah, S. (2019). *Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian*. 19(November), 73–80.
- Winarjo, H., Japariato, E., Kristen, U., & Siwalankerto, J. (2020). *Pengaruh Food Quality dan Atmosphere terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Café Intro di Surabaya*. 2006, 1–6.
- Wulandari, D. R., & Surip, N. (2020). *ANALYSIS OF THE EFFECTS OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION & LOCATION ON LOYALTY USING SATISFACTION AS THE MEDIATING VARIABLE AT LOTTEMART OF TAMAN SURYA JAKARTA*. 1(5), 709–724. <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>