

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, P., Denia, A., Febriyani, Y., & Kristaung, R. (2022). Loyalitas Pelanggan Di Restoran Cepat Saji. *Ekonomi Digital*, 1(2), 111–118. <https://doi.org/10.55837/ed.v1i2.21>
- Al Batul, U., & Indrosaptono, D. (2023). Pola Layout Restoran Terhadap Penerapan Panduan Operasional Prokes Covid-19 (Studi Kasus: Kfc Tembalang Semarang). *Langkau Betang: Jurnal Arsitektur*, 10(2), 1–12. <https://doi.org/10.26418/lantang.v10i2.51950>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Third Edit). SAGE Publications, Inc.
- Herianto, M., & Gunawan, J. (2019). Identifikasi Karakteristik Pada Industri Restoran di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni Its*, 8(2), 2337-3520.
- Juliana, J., Nathalie, E. G., & Felicia, F. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran The Garden Pantai Indah Kapuk. *Journal of Management*, 1(2), 56–57. <https://doi.org/10.37010/jdc.v1i2>
- Kock, N., & Hadaya, P. (2018). *Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods*. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261. <https://doi.org/10.1111/isj.12131>
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). *The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer loyalty*. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Rakhmat Romadhan, M., Indriastuty, I., & Prihandoyo, C. (2019). E-Kualitas layanan Kepuasan Konsumen Melalui *E-Commerce* Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 150–163. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.90>
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109. <http://journal.sbm.itb.ac.id>
- Sayekti, M. D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Citra merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2511–2524. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2430>

Subagja, A. D., & Aprillia, A. (2022). Peran Emosi Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengalaman Merek Dan Loyalitas Merek. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1639–1664. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.45623>

Tsalatsa, Moh. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Diskusi Kopi Kafe Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1464–1471.

Walker, J. R. (2019). The Restaurant. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1)

