

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek*, alih Bahasa: Aris Ananda. Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Utama.
- Akdon, dan Riduwan, 2013. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Asmaliah, Suharno, Kuleh (2022), *Dampak Bauran Penjual Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi*.
- Amir A. 2015. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Kedua. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, Sofyan, 2014, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Cetakan keempat, CV. Rajawali, Jakarta.
- Engel, F. James dan Roger D. Blackwell, 2012, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid 2, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Engel, James F., Roger D Blackwell and Paul W Miniard. 2006. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Edisi Keenam. Alih bahasa Budiyanto. Jakarta : Binarupa Aksara
- Fathin dkk (2022), *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*

- Febrida, A., Ridwan, H., & Nastiti, H. (2020). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millennial. *Prosiding Biema*, 1(1), 500–513.
- Febriana dan Prabowo (2022), Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffeeshop Kaligarang Semarang
- Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) – Alternative Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>.
- Ginting, Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Ghozali, I. dan Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan PengalamanPengalaman*. BPFE-Yogyakarta.
- Kasnaeny, Karim, , 2014. *Kota Seribu Warkop: Studi Patronage Buying Motives Pelanggan Warung Kopi Di Kota Makasar*. Cetakan pertama. Malang. Penerbit: Dream Litera Buana.
- Kotler, Phillip, 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid Satu*. Edisi Ketiga Belas Dialihbahasakan Oleh Bob Sabran, MM. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong .2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 2*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe One Eighteenthcoffee. 6, 9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6498..>
- Kristianto dan Wahyudi (2019), Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Pada Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Lovelock, Cristopher H. dan Lauren K. Wright.2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan 2 terjemahan. Indeks: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat 2015, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Maiti, & Bidinger. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Jaanji Jiwa di Jl. Basuki Rhmat Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Malik, F ; Yaqoob.,S.,A.S. Aslam. 2012. The Impact Of Price Perception, Service Quality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study of Hospitality Industry In Pakistan) *Interdisciplinary Journal Of Contemporary research In busines* Vol 4, No 5, Halaman 114-126.
- Nasution, M.N., 2014. *Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*, Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Peter, Paul dan Jerry. C. Olson. 2014. *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*, Edisi 9 terjemahan. Salemba Empat: Jakarta.
- Rizky dkk (2020), Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Distro 3 Second Di Kabupaten Jember
- Renald. Kasali, 2010. *Change*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Saputri, M. E. dan Pranata, T. R. (2014), Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Iphone, Vol 13, No.3, hlm 193-201
- Shartykarini, S., Firdaus, R., & Rusniati. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Ppelanggan (Studi Pengunjung Cafe di Banjarbaru). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(1), 39–52.
<https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/76>.
- Samuel, H., & Foedjiawati. (2015). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 1.

Simamora. Bilson, 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2012. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.

Sumarwan, Ujang. 2012. *Perilaku Konsumen* . Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Sumarwan Ujang, 2012, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2015, *Strategy Pemasaran*, penerbit: Andi offset, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta.