

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, F. (2020). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda)*. 8(3), 242–249.  
<http://dx.doi.org/10.54144/jadbis.v8i3.3797>
- Amanda, T., Nurmalina, R., & Jahroh, S. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Waroeng Hotplate Odon Bogor*. 9(1), 43–54. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/103004>
- Antony, J., & Jolanda. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Starbucks Coffee di Galaxy Mall*. 169–178. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/968>
- Anza, B. A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Penumpang dalam Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Citilink. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 6, Juni 2016, 5*.  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/745/755>
- Aprileny, I., Rizki, D. K., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(01), 37–51.  
<https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.544>
- Ardiansyah, M. (2022). *Analisis Penerapan Business Model Canvas dalam Pengembangan Usaha Sate Kambing di “RM. SATE ANDA” Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi*. Universitas Islam “45” Bekasi.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Bayu, D. (2023). *Kinerja Industri Makanan dan Minuman*. Data Indonesia.  
<https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022>
- Chapriani, N. F., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek 75. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–20.  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1431>
- Cindy, & Hutabarat, M. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek. *Proceeding National Conference Business, Management, and Accounting (NCBMA)*, 5(0), 474–491.  
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3181062>
- Danapriatna, N., Ismarani, Listyowati, E. A., & Supah, P. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Kopi Gunung Arca Pada Kelompok Tani Mekarwangi Jaya. *CEFARS : Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 06(02), 30–42.

<https://doi.org/https://doi.org/10.33558/cefars.v6i2.8262>

- Dhita, S. G., Mukson, & Setiadi, A. (2022). *Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Kopi Espresso di Kota Semarang*. 6(1), 175–188.  
<https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/947/433>
- Disparbud. (2021). *Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*.  
<https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ginting, D. B. (2009). Structural Equation Model (SEM). *Media Informatika*, 8(3), 121–134. [https://jurnal.likmi.ac.id/Jurnal/11\\_2009/SEM\\_dahlia\\_.pdf](https://jurnal.likmi.ac.id/Jurnal/11_2009/SEM_dahlia_.pdf)
- Griffin, J. (1995). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. The Free Press. [https://archive.org/details/customerloyaltyh00grif\\_0/page/n8/mode/1up?view=theater](https://archive.org/details/customerloyaltyh00grif_0/page/n8/mode/1up?view=theater)
- Haryono, S. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama. [http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/12640/ebookk\\_3in1.pdf?sequence=11&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/12640/ebookk_3in1.pdf?sequence=11&isAllowed=y)
- Hermawan, K., & Yuswohady. (2006). *Marketing In Venus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hurriyati, R. (2020). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–19.  
<https://doi.org/10.1023/A:1023202519395>
- Ihsan, M. A. Al, Effendi, M., & Handayani, Y. (2020). Pengaruh Marketing Mix Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat. *Warta Dharmawangsa*, 14(3), 459–467.  
<https://doi.org/10.46576/wdw.v14i3.828>
- Kaunang, W., Muzendi, A. M., & Sari, A. P. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Usaha Kafe Wilchhof Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat). *Jurnal Sosio*

- Agri Papua*, 11(2), 94–102.  
<https://journal.faperta.unipa.ac.id/index.php/sap/article/view/303/195>
- Kemenkes. (2003). *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1098/MENKES/SK/VII/2003 tentang Persyaratan Hygiene Sanitasi Rumah Makan dan Restoran*. <https://www.regulasip.id/book/4947/read>
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor 12 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Rumah Makan, (2014). <http://www.intimultimasertifikasi.com/wp-content/uploads/2018/09/Peraturan-tentang-Standar-Usaha-Restoran-dan-Rumah-Makan.pdf>
- Kitu, N. T. T., Isaskar, R., & Dewi, H. E. (2023). Bauran Pemasaran 4P terhadap Loyalitas Pelanggan pada Home Industry Dailee Express (DE) Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 24(1), 84–97. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/jdse/article/view/9563/5523>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisnamurthi, B. (2020). *Pengertian Agribisnis*. Bogor: Puspa Swara.
- Mahrizal, & Maisur. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Wisata Kuliner di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(1), 66. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v12i1.1521>
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing A Managerial Approach*. America: Irwin Homewood, Illinois. <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=inu.30000041584743&seq=7>
- Mustajab, R. (2023). *Kinerja Industri Makanan dan Minuman Pada 2022*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022>
- Nofindri, M. L., Sutarjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Mini Market Wirda Kota Padang. *Jurnal Matua*, 3(1), 59–72. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/270>
- Novitawati, R. A., Henceni, P. A., & Susanto, R. Y. (2021). Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan*

*Akuntansi*, 9(1), 57–62. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/index>

- Nugraha, J. P. (2021). Konsep Perilaku Konsumen. In *Teori Perilaku Konsumen* (1st ed., pp. 1–27). Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management (NEM). [https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750\\_Ebook+Teori+Perilaku+Konsumen.pdf](https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsumen.pdf)
- Nurbani, A., Mulyanto, H., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen. *Manajemen Kewirausahaan*, 16(02). <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk/article/view/346>
- Nurhayati, K. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang : Studi Empiris Pada Konsumen Tsabita Bakery di Surakarta* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/47611/>
- Perdani, G. V., & Sumitro. (2019). Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Studi pada Member Lapangan JK Futsal Tangerang). *Jurnal Manajemen STEI*, 02(01), 73–92. <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/ManajemenSTEI/article/view/900>
- Rahim, A., & Hastuti, D. R. D. (2005). *Sistem Manajemen Agribisnis*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar. [http://eprints.unm.ac.id/3893/1/Sistem Manajemen Agribisnis %28Rahim %26 Hastuti%2C 2005%29.pdf](http://eprints.unm.ac.id/3893/1/Sistem%20Manajemen%20Agribisnis%20Rahim%20Hastuti%202005.pdf)
- Ringle, C. M., Wende, Sven, & Becker, J.-M. (2023). *Bootstrapping*. <https://www.smartpls.com/documentation/algorithms-and-techniques/bootstrapping/>
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Saputri, R. (2018). *Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya* [Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/15576/>
- Sarjono, & Julianita. (2015). *Structural Equation Modelling (SEM) : Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, P., Fudholi, A., & Satibi. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Produk. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*, 6(2), 115–124. <https://doi.org/10.22146/jmpf.263>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2018). *Panduan Mudah Olah Data Struktural Equation Modeling (SEM) dengan Lisrel*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Thungasal, C. E., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari. *AGORA*, 7(1).<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8173>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modelling (Edisi Revisi)*. Batu: Literasi Nusantara.
- Wardhani, P. K., Sutrisna, E., & Imronuddin. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Soelastris* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/113820>
- Wibisono, R., Zulkarnain, & Putro, T. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Restoran Padang Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Asing*, 9(2), 423–429. [http://lib.pps.unri.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=5021](http://lib.pps.unri.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5021)
- Wicaksono, I. S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kue Purimas 3 Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(5). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2179/2185>
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 1, 15–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). New Jersey: World Scientific. <https://slims.bakrie.ac.id/repository/5140d5fab16f97a16aa955ed13c1680b.pdf>