

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, Vol: 2., Hal: 71-87.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Azizah, S. N., & Hadi, S. S. (2020). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Intervening Variabel Pada Produk Kentucky Fried Chicken (Kfc) Arion Mall. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Azwar, Saifudin. (1986). *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahgie, W., & Diana, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan lokasi Terhadap Minat Beli di Serba Ada Takengon. 9(18), 32–39.
- Baron, Reuben M, & Kenny, D. A. (1986). *The Mediator*. Elsevier Publishing.
- Basuki, R. B., & Widiastuti. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *JOURNAL FOR BUSINESS AND ENTERPRENEURSHIP*, 5(1).
- Berman, B., dan Evans, Joel R. (2001). *Retail Management: a Strategic Approach*. 8th Edition. Upper Saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Dewi, M. P. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang. *IQTISHODUNA*, 16(2), 167-190.
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 39(2), 297–316.
- Drummond & brefere. (2010). *Buku ajar ahli gizi*. Penerbit buku kedokteran.
- Garrow dan James. (2010). Komponen-Komponen Cita Rasa. <http://www.landasanteori.xyz/2017/05/pengertian-cita-rasa-menurut-paraaahli.html?m=1>. Diakses tanggal 10 November 2022.
- Ghozali, I. (2006). *Partial least square*. Universitas Diponegoro.
- Gilbert A. (2013). *Dasar-Dasar Riset Pemasaran* (Alih Bahasa: Andriani, dkk). Erlangga. Jakarta.

- Gunawan, T., Fathorrahman, F., & Handoko, Y. (2019). Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 189-204.
- Hair, Joseph E, Jr et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeeling {PLS-SEM}*. SAGE Publications, Inc. California. USA.
- Hair, Joseph E, Jr et al. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. European Business Review.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, Vol 1, Hal 64–74.
- Husein Umar, (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Indeks Gramedia.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, 19(3), 191-201.
- Kotler, Philip (2006). *Manajemen pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T
- Kotler, Philip. (2001). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid I. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip ; Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Mangkunegara, A. P. (2012). *Prilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Bandung: Refika Aditama.
- Miswanto, M., & Angelia, Y. R. (2017). The influence of service quality and store atmosphere on customer satisfaction. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 19(2), 106-111.
- Miswanto. (2019). Pengaruh Kualitas produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada tahu “Dewa suci” Pacitan.
- Mubarok, Nurul. (2017). “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista”. *Strategi Pemasaran Islam*. Vol. 3. No.1.

- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. McGraw-Hill Education, Singapore.
- Oliver, R. L. (2017). *Satisfaction: a Behavioural Perspective on the Consumer*. 2nd ed. M.E. Sharpe, Inc. New York.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Pertiwi, D. K., Rahadhini, M. D., & Susanti, R. (2020). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan O'pallet Cafe Boyolali). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1).
- Prasyanti, P. A., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 16-23.
- Preacher & Kelly. (2017). A Novel Measure of Effect Size for Mediation Analysis. *American Psychological Association*. 23(2), 244-261
- Sekaran, Uma. (2013). *Metode penelitian bisnis Edisi 6*. Alfabeta. Bandung
- Setyowati, E., & Wiyadi (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102-112.
- Solomon, Michael, R. Gary Bamossy dan Askegaard. (2010). *Consumer Behavior: A European Perspective*. Fourth Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2015). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Alfabeta.
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117-1127.

- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1-18.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia: Malang.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Barand Manajement & Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi Offset. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, (2012). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *PemasaranJasa –Prinsip, Penerapan,dan Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wahyu, S., Ayuanti, R. N., & Udin, M. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen di Kober Mle Setan Kediri. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 128-142.
- Wiyono, Gendro. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Aanalisis SPSS 25 & smartpls 3.2.8*. YKPN.
- Zulfa, N., Arief, M. Y., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Cita Rasa Dalam Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Bu Tatik Di Kapongan Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 713-728.