

DAFTAR REFERENSI

- Ahsan, A. F., & Lukmandono. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Anita Family Bakery Sumenep. *Prosiding SENASTITAN: Seminar ...*, 35–42. <https://ejurnal.itats.ac.id/senastitan/article/view/1638>
- Andalas, P. R., & Kartika, L. N. (2021). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Experiential Marketing as a Means to Build Customer Loyalty in Traditional Concept Restaurants in Sleman Regency , Indonesia. February 2019*, 400–412.
- Asad, A. (2019). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RUMAH MAKAN KEDAI JOMER PARAKAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA. April*, 33–35.
- Aymar, R., & Joseph, E. M. (2019). Customers satisfaction and brand loyalty at McDonalds Maroc. *African Journal of Marketing Management*, 11(3), 21–34. <https://doi.org/10.5897/ajmm2019.0599>
- Cristina, H. M., & Marwanti, M. (2019). Pengaruh Strategi Produk, Harga dan Pomosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2082>
- Dewi, S. M., & Syamsuar, I. G. (2020). (*Studi Pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara*). 1–18.
- Donovan S., R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.322>.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Filipp, T. (2021). *Marketing strategy for the case company “ Restaurant Kinza .”*
- Firmansyah, A., & Mochklas, M. (2018). Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 281–295. <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/179>.
- Ganatra, V., Utama, A. A. G. S., Puran, P., Pandey, R., Qi, L. M., Kee, D. M. H., Ling, I. S. A., Sien, L. H., Tien, T. J., Ramadhan, H. S., Sin, L. G., & Pandey, M. A. (2021). A Study of Subway Marketing 4P Strategy. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 4(2), 47–64. <https://doi.org/10.32535/apjme.v4i2.1069>.

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Hampshire, UK Cengage Learning.
- Kaligis, T. I., Mandey, S. L., Roring, F., & 123Fakultas. (2021). *EVALUASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN BOX WEAL MANADO EVALUATION OF MARKETING MIX STRATEGY AT BOX WEAL MANADO RESTAURAN*. 9(3), 1277–1285.
- Kalogiannidis, S., & Mavratzas, S. (2020). Impact of marketing mix strategies effective product development issues in MNCs/Retail. *Www.Ijbmm.Com International Journal of Business Marketing and Management*, 5, 2456–4559.
- Kotler, P. and Armstrong, G. 2016. *Principle of Marketing*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Larasat, S., & Utomo, S. B. (2021). *STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* - Google Books. https://www.google.co.id/books/edition/STRATEGI_CUSTOMER_RELATIONSHIP_MARKETING/o6AqEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sutisna+2012.+perilaku+konsumen+dan+komunikasi+pemasaran.+edisi+kedua.+bandung&pg=PA136&printsec=frontcover.
- Lestari, C. A. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARI*.
- Mamuriyah, N., Salsabila, A., Putri, A., Sephia, A., Lim, D., & Batam, U. I. (2021). *Strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan rumah makan padang gaduh minang*. 3, 469–478.
- Masud, M. A. Al, Haque, A., Kabir, S., & Tor-Kadioglu, C. (2021). Determinants of Customer Loyalty for Roadside Restaurants in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *International Journal of Innovative Research and Publications*, 1, 43–56. <https://doi.org/10.51430/ijirp.2021.11.005>.
- Mubayyanah, Kunaifi, A., Rahman, F., & Rosyid, A. (2018). Ragam Menu, Harga, Dan Lokasi: Pengaruhnya Terhadap Pelanggan Restoran. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 55–80.
- Nazmi, H. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Furing Prima Pada. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, 6(1), 79–88.

- Noviyani, F. (2020). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (AGEN/RESELLER) ROTI BRIAN PT. NISSIN BISCUITS INDONESIA DI KABUPATEN SEMARANG*. 3(1), 42–60.
- Nurwulandari, A., & Maharani, S. (2021). *LOYALITAS PELANGGAN PADA KEDAI KOPI COFFEE 19 JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 5(3), 465–493. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1539>.
- Pratiwi, N. K. S., Suartina, I. W., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mcdonald's Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 94–114. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1152>.
- Putra, F. W., & Sulistyawati, E. (2017). Peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada rumah makan bakmi tungku di kabupaten badung). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 525. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p20>.
- Rivaldy, B. F. (2021). Pengaruh Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Value Added/ Majalah Ekonomi Dan ...*. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/vadded/article/view/6936>.
- Sari, D. M., Umam, K., & Akbar, L. R. (2021). *The Influence of Price on Consumer Satisfaction (Case Study on Geprek Chicken and Seafood Restaurant in Cilodong, Depok)*. 2(2), 81–87.
- Sastriawan, M. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Bunda Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Perspektif Pemasaran Syariah*. 48–76.
- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoenng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Sudari, S. A., Tarofder, A. K., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. *Management Science Letters*, 9(9), 1385–1396. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.012>.
- Sugiyono, (2016) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2016) *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, (2013). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Jakarta Selatan: Change Publication

- Susilowati, T. Y. (2020). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN RUMAH MAKAN MBAH JINGKRAK DI JAKARTA*.
- Tampi, B. C., Murni, S., & Saerang, I. S. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Geprek Benu Manado the Influnrce of Marketing Mix Strategy on Buyback Intention of Geprek Benu Manado Products. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1808–1818.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F.(2019).*Startegi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tobing, T. A., Nurmalina, R., & Jahroh, S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Waroeng Hotplate Odon Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 43–54. <https://doi.org/10.29244/jai.2021.9.1.43-54>.
- Yasmin, S., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan, Studi Pada D’Goendoe Cafe Kota Batu. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi ...)*, 10(2), 136–141. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12910>.
- Zuladi, N. (2021). *KONSUMEN DI McDONALD ’ S DANAU SUNTER*. 1–14.
- ZULFA, I. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. 4(1), 6.