

REFERENSI

- A Izzarifa. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. <https://sipora.polije.ac.id/5637/2/15>.
- ABR PURBA. (2019). Promosi dan Bauran Promosi <http://portaluniversitasquality.ac.id>
- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Asia Teknik Kreasindo. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2(1), 71–81. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Andi Riyanto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Kepuasan Pelanggan*, 10–27.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Arif Hidayat, A. (2017). *Pembentukan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Produk Dan Service Excellent Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Aning Snack Trangkil Pati)*. <http://repository.iainkudus.ac.id/1705/>
- Bernadeta Wahyu. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang*.
- CK Miranda. (2019). *Konsep Dasar Kepuasan*.
- Ditha, H. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Ekspektra : Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3, 25–38. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1431>
- Doni, M. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh Doni Marlius. *jurnak*, 03, 12–22. <https://doi.org/10.31227/OSF.IO/VDQGX>
- Dr. Dora Kusumastuti, S. M. (2021). Peran Koperasi Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Pada UMKM di Indonesia
- Febriana, D. E. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken (Studi Kasus Di Rocket

Chicken Bandar Kota Kediri). *Ethese Lain Kediri*.

Gulla, R., & Rorin, S. G. O. F. (2015). *Analisis harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel manado grace inn*. 3(1), 1313–1322.

Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>

Haryoko, U. B., Delimah Pasaribu, V. L., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, 2(1). <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>

Hasanuddin. (2021). *EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi ISSN: 0216-9533 (Print) ISSN: 2549-6182 (Online)*. 17(2), 11–18.

Hera, T., & Elvandari, E. (2021). Pengaruh Model Pembelajaran Explicit Instruction Pada Pembelajaran Tari Daerah Sebagai Dasar Keterampilan Menari Tradisi. *Jurnal Sitakara*, 6(1), 40–54. <https://doi.org/10.31851/sitakara.v6i1.5286>

Horry, I. (2019). *Keterkaitan Inovasi Proses, Inovasi Produk, dan Kinerja Perusahaan pada Usaha Pusat Oleh-oleh Makanan Khas Sumatera Barat*. <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/42191>

Hurdawaty, R., Maryetti, & Dewinda, S. A. (2017). Pengembangan Kuliner Sate Taichan Goreng Sebagai Atraksi Wisata Di Kota Bekasi. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 2(3), 300–3010.

Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2002). *BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1*. 1–64.

infobekasi.co.id. (2022). *Ayam Bakar Kalasan disini Ramainya Gak Ketulungan*. <https://infobekasi.co.id/2022/03/07/ayam-bakar-kalasan-disini-ramainya-gak-ketulungan/>

Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>

Khanapi. (2003).. *Records Management Journal*, 1(2), 1–15.

Kotler, P., & Susanto, A. . (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia 1. Manajemen Pemasaran di Indonesia*, 1–383.

- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 284–293.
- Majid, & Andayani. (2012). *05 Bab Ii*. 7–21.
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*, 05(02), 1–9. <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/raudhah/article/view/182>
- Niken Nanincova. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Polsri.ac.id. (2016). *PROMOSI DAN CITRA*. [http://eprints.polsri.ac.id/2828/3/BAB II.pdf](http://eprints.polsri.ac.id/2828/3/BAB%20II.pdf)
- Portaluqb. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan*. 5–30.
- Pride, W. M. (2011). *Marketing*. 800. <http://books.google.co.za/books/about/Marketing.html?id=cOKMr4Fpqc0C&pgis=1>
- Putra, E. A. (2015). Anak Berkesulitan Belajar di Sekolah Dasar Se-Kelurahan Kalumbuk Padang. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Khusus*, 1(3), 71–76. <http://103.216.87.80/index.php/jupekhu/article/viewFile/6065/4707>
- Rahmadi Islam. (2018). Pengaruh Sosial Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffee SEMARANG. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*,
- Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, M. K. T. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Retna Kumalasari. (2022). *Definisi, Metode, serta Indikator Kepuasan Pelanggan*. MAJOO.ID.
- Richard oliver (dalam Zeithml., dkk 2018). (2021). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Rumastari, R. P. (2019). *PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk . UNIT NGESREP SEMARANG). 7(2302), 5–29.*

- SDA Putra. (2019). *Promosi dan Penjualan*.
http://ejournal.uajy.ac.id/23615/3/EA_221431.pdf
- Soehardi, Wijayaningsih, R., Jumawan, Winarso, W., Nursal, F., & Fikri, A. (2021). MODEL PENINGKATAN KEPUTUSAN KONSUMEN MELALUI KUALITAS PRODUK , Salah satu Tempat Pelelangan Ikan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 156–169.
- Soeprajitno, E. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional Bandar Kediri). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 4(2), 298–315.
- WAHYUNI, N. (2014). *Uji Validitas Dan Reliabilitas*.
<https://qmc.binus.ac.id/>
- Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research*

