DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Zanuar Faisal. 2018. *"Analisis Kualitas Layanan Konsumen Pada Rumah Makan 'Waroeng Steak and Shake' Yogyakarta."* Universitas Islam Indonesia.

Ahmed, S.dkk. (2023) *"Hubungan rumit antara loyalitas konsumen dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan, harga dan kepuasan dalam layanan restoran"* Jurnal TQM, 35(2), hlm.519–539. doi: 10.1108/TQM-06-2021-0158.

Al Hafizi, NA (2021). Model Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Iklan:Pemasaran Multi Channels Dan Diskon Di Portal Berita Online Medcom.Id. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2(4), 479–489.

Alma, Buchari. 2014 .Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Amalia, E dan Sendang, N. (2019). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Kota Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(4)

Andri Mulyo Saputro (2011) berjudul Strategi Brand Activation dalam Mewujudkan Loyalitas Konsumen dan Meningkatkan Penjualan Produk.

Ayuwardani, M., Wibowo, B.Y., & Setyawan, N.A. (2021). Analisis Mie Loyalitas Pelanggan Gacoan melalui Pengalaman dan Persepsi Pelanggan Kualitas. Jurnal Sains Sosio Humaniora, 5(2), 936–945.

Brent D. Ruben & Lea P Stewart. Komunikasi dan Prilaku Manusia. Edisi 5 cetakan 1. Penerjemah Ibnu Hamad. (Jakarta: PT Rajsgrafindo Persada.2013) h 14

Bungin, Burhan. 2007. PenelitianKualitatif. Jakarta: Kencana.

Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). Diponegoro Journal of Management, 5(3), 997-1009.

Dharmesta, Basu Swastha, *"Pengantar Bisnis Modern",* Libery, Yogyakarta, 2003

Dwijantoro, Rizky, Bernadin Dwi, and Nobelson Syarief. 2022. *"Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee."* Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis 16(2):63. doi: 10.21460/jrmb.2021.162.392.

Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T., 2001. Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku konsumen. Jakarta: Gramedia.

Firmansyah, (2020) Komunikasi pemasaran (Studi Kasus meempromosikan, mendistribusikan bairaing dan jasa).

Griffin, Jill. (2005). Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Diterjemahkan oleh Dwi Kartini Yahyal. Jakarta: Erlangga

Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. Jurnal Ecogen, 1(4), 794.

Hurriyati, R. (2005). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.

Kartawijaya (2022) Gerai Mie Gacoan halal menggunakan semua bahan – bahan lokal saat menyajikan makanan. Jurnail Naisionail Manajemen Pemasaran & SDM (hal.9).

Kotler, P. (2009). Manajemen pemasaran. Jakarta: PT Index Kelompok Gramedia.

Kotler dan Keller (2009) Minat Beli Konsumen, 15th eid. Now York. Peairson Pratice Hall, inc.

Kotler, Amstrong, 2012. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media Publishing.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement. In Pearson Edition Limited.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016) . Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks

Kotler, Philip and Kevin Lanei Keller (2018). Marketing Management. Jakarta: Four Salemba.

Kriyantono, (2009) Metode Penelitian, Pendekatan Kualitatif dain R&D. Bandung: Penerbit Alfabet

Khoirulloh, Haryono, andi tri, & Wulan, sri wulan. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pembelian sebagai variabel intervening. Journal of Management, 4, 1–21.

Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. IQTISHADequity *Jurnal MANAJEMEN,* 1(2).

Mutammam, M., Sumarwan, U., &Tinaprilla, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen, 5(2), 231–241.

Naini, N. F. et al. (2022) *''Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan''*: Jurnal Ilmu Konsumen, 7(1), hlm. 34–50. doi: 10.29244/JCS.7.1.34-50.

Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen, 8(1), 90.

Oliver, Richard L. (1999), *"Whence Consumer Loyalty?"* Journal of Marketing 63, pp. 33-44.

Oliver, RL (2010). Kepuasan: Perspektif Perilaku Pelanggan. New York: McGraw-Bandung.

Prayogo, Dimas & Suryawan, Ida. (2018). Dampak Fenomena Wisata Kuliner Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Malang, Jawa Timur. JURNAL DESTINASI PARIWISATA. 5. 335.

Pranata, I. Y. I., Wahab, Z., Widiyanti, M., & Rosa, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Indonesia. The Manager Review, 4(1), 1–810.24843/JDEPAR. 2017. v05.i02.p24. Heliyon, 6(5), e03917.

Prasetijo, Ristiyanti dan Jhon JOI Ihalauw. 2015. *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta.

Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). Journal Of Management Science (JMS), 2(1), 41–6

Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 16(01), 127–146.

Sarijani, E. (2015). Di era globalisasi saat ini dunia bisnis kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat yakni bisnis berkaitan dengan kebutuhan pangan. Kita semua tau perkembangan kuliner di indonesia sangat beranekaragam khususnya di Kota Solo. Indonesia sendiri memil

Setiobudi, Auditia, Christina Sudyajayanti, and Arya Asraf Danarkusuma. 2021. *"PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR."* Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Informatika 17 (3): 238–52.

Shannon dan Waever dalam Brent D. Ruben & Lea P Stewart. Komunikasi dan Prilaku Manusia. Edisi 5 cetakan 1. Penerjemah Ibnu Hamad. (Jakarta: PT Rajsgrafindo Persada.2013) h. 43

Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi (Fl.Sigit (ed.); 1st ed.). CV Andi Offset

Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta.

Tadrisi J., H., Khanlari, Ai., Motamedi, O., & Mokhtairi, H. (2018). Model pemilihan media penyiaran bantuan hibrid Ai menggunakan AiHP dan pengambilan keputusan fuzzy-baiseid GAi. Komputasi dan Aplikasi Neiurail, 29(4), 1153–1167.

Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran. Andi.

Tjiptono, Fandy. 2015. PEMASARAN JASA. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, F. and Diana, A. (2015) Pelanggan Puas? Tak Cukup. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Utami, A. P. (2016), Pengaruh Buaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kompa Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi : Universitas Negeri Yogyakarta.

Usman, H. (2011). *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan Edisi 3*. Jakarta: Bumi Aksara

Wardani, Y.M. & Ridlwan, A.A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan pada PT. Tanjung Abadi. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, *Vol.12 No. 1,* 45

Wijaya, Tony, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Persepsi dan Kepuasan terhadap Niat Membeli"*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jil. 17 (1). Hal. 39 – 52, 2005

Sumber

www.miegacoan.com

https://www.calitatea.ro/EN/DefaultCalitatea.aspxhttps://doi.org/10.1007/s00521-016-2517 z

https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5658

https://doi.org/10.36987/ecobi.v3i1.695

https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006

https://doi.org/10.17358/jabm.5.2.231