

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Strategic market management* (11th ed.). Wiley.
- Al-Amien, M. M., & Santosa, A. B. 2022. Principal's Strategy in Managing New Student Admissions in Vocational High Schools. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*. 28(2), 185–197.
- Anwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baker, M. (2020). *Location and Accessibility as Key Factors in Consumer Satisfaction and Decision Making*. *Journal of Consumer Research*, 45(3), 254-267.
- Bayu & Euis. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Dewan Kopi Pati). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. Vol 17(1). STIE Pelita Nusantara Semarang.
- Chendradewi, R., & Khasanah, I. 2016. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Waroeng Steak & Shake Semarang cabang Kelud. *Diponegoro Journal of Management* . Vol.5 (4).
- Dewi, et al. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan. *Jurnal Human Capital Development*, 2(1), 45-60.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Fort Worth: Dryden Press.
- Fauzia, R., Deby, A., & Afan, A. (2022). *The Role of Brand Image in Shaping Consumer Perception in the Coffee Shop Industry*. *International Journal of Business and Marketing*, 18(3), 220-232.
- Fandy, Tjiptono. 2017. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi Nembah
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109. (Quoted in: Tjiptono, F. 2020. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, F. 2011, *Manajemen Pemasaran*, Bandung, Cv. Yrama Widya.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Indah, S., & Rokh, A. (2024). *The Effect of Product Quality, Price, and Location on Consumer Satisfaction in Coffee Shops*. *Journal of Consumer Research*, 26(2), 50-63.
- Jang, Y. J., Kim, W. G., & Lee, H. Y. (2015). Coffee shop consumers' emotional attachment and loyalty to green stores: The moderating role of gender. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(7), 675–698. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.909791>
- Janna, R., & Herianto, A. (2021). *Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda dalam Penelitian*. *Journal of Applied Business Research*, 14(2), 112-125.
- Kotler dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Amstrong, G. 2018. *Prinsip -Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Edisi Kedelapan, Alih Bahasa oleh Damas Sihombing, MBA., Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Margono, 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta :Rineka Cipta
- Muhson, A. 2012. *Modul Pelatihan SPSS*. Diklat UNY Yogyakarta.
- Nayeem, T. (2017). Cultural influence on consumer behavior: A study of generation Y consumers in Australia. *International Journal of Marketing Studies*, 9(2), 92–103. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n2p92>
- Novalia, and Muhamad Syazali. *Olah Data Penelitian Pendidikan*. Bandar Lampung: Anugrah Utana Raharja (AURA), 2014.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: Skala multi-item untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. *Jurnal Ritel*, 64(1), 12–40.
- Pangestu, A., & Wijaya, T. (2020). Persepsi konsumen terhadap minat berkunjung ke coffee shop di kalangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 25–34. <https://doi.org/10.xxxx/jmk.v22i1.1234>
- Prakoso, W., & Dwiyanto, M. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, Dan Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Rown Division Di Kota Solo. *Diponegoro Journal of Management* 10(4). 1–14.
- Ramdhan, R.** (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Analisis Deskriptif*. Jakarta: Penerbit Ilmu Pengetahuan.

- Santosa, H.** (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Penjualan dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 100-112.
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sanusi, Anwar. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Setiawan, D., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 45-60.
- Stanton, W. J. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sulistiyo, 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2008). *Manajemen Pemasaran* (6th ed.). BPFE Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2017). *Pelayanan, Kualitas & Kepuasan*. Yogyakarta : Andi Nembah
- Zeithaml, V. A. (1988). Persepsi konsumen terhadap harga, kualitas, dan nilai: Model sarana-tujuan dan sintesis bukti. *Jurnal Pemasaran*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Business research methods* (8th ed.). South-Western Cengage Learning.