

DAFTAR PUSTAKA

- Abigail, J., Sari, V. P., & Saputra, D. 2024. The influence of product quality and online shopping experience (OSE) on consumer loyalty through customer satisfaction on local skincare products. *Procedia Computer Science*, 234, hal : 537-544.
- Agung,I.2014. *Manajemen Penyajian Analisis Data Sederhana Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi yang bermutu*. Jakarta, Indonesia : Rajawali Pers
- Agung,W.2010.*Panduan SPSS 17.0 Untuk Mengolah Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta, Indonesia : Garailmu
- Andrian, Putra,C., Jumawan, Nursal,M.2021.*Perilaku Konsumen*.Malang,Indonesia :Rena Cipta Mandiri
- Armenzaria,R.,Widyaningsih,Y., *Faktor Kepuasan Restoran Cepat Saji di D.I. Yogyakarta*. Skripsi, UGM
- BPS. 2024. Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan di Daerah Perkotaan dan Perdesaan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DI Yogyakarta (rupiah), 2023. Diakses 2 Januari 2025 <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZKMWVrSTNOek5ZZUZOcVZEZGFValJvV0hWalFUMDkjMw==/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-makanan-dan-bukan-makanan-di-daerah-perkotaan-dan-perdesaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-di-yogyakarta--rupiah---2022.html?year=2023>
- BPS.2024. Upah Minimum Kabupaten/Upah Minimum Provinsi di DI Yogyakarta (Rupiah/Bulan),2024. Diakses 2 Januari 2025. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjcyIzI=/upah-minimum-kabupaten-upah-minimum-provinsi-di-di-yogyakarta.html>
- Brian, R. 2020. Kajian Literatur Pengaruh Kualitas Makanan Suasana Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pada Restoran All You Can Eat. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 1(2), hal :21
- Databoks. 2015. Alasan Kenapa Orang Indonesia Memilih \"Fast Food\". Diakses 2 Januari 2025. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/122e368fc72a1b3/alasan-kenapa-orang-indonesia-memilih-fast-food>

- Firmansyah,M.2018.*Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*.Yogyakarta, Indonesia: Deepublish
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Multivariat dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang, Indonesia : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handojo, S.M.2015. Analisis pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Di D'cost Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), hal : 643-654.
- Kartiningrum, D., Notobroto, H., Otok, B., Kumarijati, E., Yuswatiningsih, E. 2022. *Aplikasi Regresi dan Korelasi Dalam Analisis Data Hasil Penelitian*. Mojokerto, Indonesia : Stikes Majapahit Mojokerto
- Khongrangjem, T., Dsouza, S. M., Prabhu, P., Dhange, V. B., Pari, V., Ahirwar, S. K., & Sumit, K. (2018). A study to assess the knowledge and practice of fast food consumption among Pre-University students in Udupi Taluk, Karnataka, India. *Clinical Epidemiology and Global Health*, 6(4), 172–175
- Kotler, P. 2021. *Intisari Pemasaran Edisi 6*. Jakarta, Indonesia : Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P., & Amstrong, G.2018.*Principle Of Marketing Global 17 Edition*. London, British : Pearson Education
- Liliani,P. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*,8(2), hal : 21
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Maradita, F., & Susilawati, M. 2021. Pengaruh suasana, kualitas makanan, dan persepsi nilai terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), hal : 1-14.
- Mazwan, M. Z., Imran, M. I. I., & Ningsih, G. M. (2022). Selera penduduk kota terhadap fast food (Studi Kasus Konsumen 7sevenchicken Malang, Indonesia). *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 10(2), 289-298.

- Meiliana, C., & Yani, M. 2021. Pengaruh Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Batu Mandi Di Sampit. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), hal : 80-92.
- Monroe, K. B. (1995). *Seri Pemasaran dan Promosi Kebijakan Harga*. PT Elex Media Komputindo
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor, Indonesia : Ghalia Indonesia
- Ngatno. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang, Indonesia : EP Press Digital Media
- Nugraha, J.P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., Batin, M.H., Lestari, W.J., Khatimah, H. and Beribe, M.F.B. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan, Indonesia: PT. Nasya Expanding Management
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer Second Edition*. Routledge
- Omar, M. S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. 2016. Service quality, customers' satisfaction and the moderating effects of gender: A study of Arabic restaurants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, hal : 384-392.
- Pane, A. D. P., & Lubis, F. A. 2023. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Ayam Geprek Dower Pekanbaru). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), hal: 484-493.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), hal : 41–50.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ud Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), hal : 121-134.
- Rezende, G. A., Mariano, A. M., Santos, M. R., & Constatin, A. C. C. (2024). Modeling Customer Satisfaction in the Food Industry: Insights from a Structural Equation Approach. *Procedia Computer Science*, 242, hal: 130-137.
- Shuroh, M. (2019). *Perilaku Konsumsi Fast Food Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya* (Doctoral dissertation, Universitas

Brawijaya).

Statistik, B. P. (2022). Statistik Penyedia Makan Minum. *Indonesia: BPS*.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta, CV

Suryani, D., Suyitno, Ismail, A., dan Sunarti. 2021. Perilaku Konsumen dalam Memilih Makanan Jajanan di Angkringan Kopi Joss, Gedongtengen, Kota Yogyakarta. *Jurnal Dunia Kesmas*, Vol. 10(1), hal 66–74.

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Revisi). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Thaler, R. 2015. *Misbehaving Terbentuknya Ekonomi Perilaku*. Jakarta, Indonesia :Gramedia Pustaka Utama

Tjiptono F., Diana, A. 2022. *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*, Indonesia : ANDI

Tjiptono F., Chandra, G. 2020 *Pemasaran Strategic Domain Determinan Dinamika* . Yogyakarta, Indonesia : ANDI

Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta, Indonesia:ANDI

Tjiptono, F. 2022. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Yogyakarta, Indonesia : ANDI

Tjiptono, F., Chandra, G. 2019. *Service Quality And Satisfaction Edisi 5*. Yogyakarta, Indonesia : ANDI

Tjiptono, F. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta, Indonesia :ANDI

Uzir, M. U. H., Jerin, I., Al Halbusi, H., Hamid, A. B. A., & Latiff, A. S. A. (2020). Does quality stimulate customer satisfaction where perceived value mediates and the usage of social media moderates?. *Heliyon*, 6(12).

World Health Organization. 2019. *Analisis Lanskap Kelebihan Berat Badan Dan Obesitas Di Indonesia*.

Wulandari, F. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Jogja (Aceh Barat Daya)*. Skripsi, UIN AR-

RANIRY.

- Yieh, K., Chiau, Y., & Chuan, Y. 2007. The Relationships Among Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *International Journal of Business and Management*, 2(5), 12-18.
- Yuen, E. F. T., & Chan, S. S. L. (2010). The Effect of Retail Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 17(3-4), 222–240.
- Zardi, H., Wardi, Y., & Evanita, S. 2019. Effect of Quality Products, Prices, Locations and Customer Satisfaction to Customer Loyalty Simpang Raya Restaurant Bukittinggi" Salero Nan Tau Raso". In *2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)* (pp. 572-581). Atlantis Press.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2016). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (3th ed.). McGraw-Hill Education.