

DAFTAR REFERENSI

- Rusydi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing)*. Lhokseumawe. Sefa Bumi Persada.
- Adnan. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Lhokseumawe: Bumi Persada.
- Agustin, R., S. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Tahu Sadis Joyoboyo Kota Kediri. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(6), 181-193.
- Alessandro, M. J., dkk. (2024). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Makanan dan Variasi Produk terhadap Niat Kunjungan Kembali dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di CW Coffee Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 257-268.
- Ali, B., J., & Anwar, G. (2022). An Empirical Study of Employees' Motivation and Its Influence Job Satisfaction. *International Journal of English Literature and Social Sciences*.
- Altauriq, D., & Hadisuwarno, H. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Denny's. *Jurnal Manajemen Perh*
- Amalia, F. A., et al. (2023). Pengaruh Variasi Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen HokBen Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 8(4), 837-846.
- Andrean, K., et al. (2025). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jajan_Kuy Di Kota Ajamu). *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1321-1328.
- Anjelia, A. (2024). Perceived Quality, Taste, And Price Perception Increase Repurchase Intention through Customer Satisfaction. *Journal of Research in Social Science and Humanities (JRSSH)*, 5(1), 175-189.
- Arianto, B. (2025). *Pengantar Theory of Planned Behaviour*. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing.
- Astuti, et al. (2019). Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso. *Jurnal Manajemen Dewantara*.
- Ayuningrum, U., S., & Sagala, E. (2025). Pengaruh Variasi Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Bosmen Binjai. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(6), 8879–8887.

- Azam., A., M., et al. (2025). *Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Widina Media Utama.
- Azizi, D., et al. (2025). Penerapan Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P (Product, Price. Place. Promotion) Pada Dapoer Kopi Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. *IQRAR: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Syariah*, 1(2), 62–68.
- Baskara, B., et al . (2023). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Industri Kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 33–42
- Dewi, W., W., A., et al (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Finthariasari, M., et al. (2020). Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149-158.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Undip Press
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unotomo press.
- Hidayat, R., & Suvianto, A. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal: Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB)*. 2(5), 89-92.
- Ilyas, G. B., Ginting, Y. M., & Mustafa, H. (2023). The Effect of Price, Service Quality, Product Quality on Customer Satisfaction at PT. Dynamic Buah Nusantara. *Journal of Economics, Management and Trade*, 29(10). Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unotomo press.
- Indrayani, P., & Syarifah, T. (2020). Pengaruh harga, cita rasa, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian pada usaha kue pia Fatimah Azzahra di Kecamatan Tanjung Tiram. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(1), 57-66.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, P., et al. (2017). *Marketing 4.0: Moving from. Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Laksana, F. (2019). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. In *Graha Ilmu* (p. 208). CV. Alfath Zumar. <http://grahailmu.co.id/previewpdf/978-979-756-346-2-385.pdf>
- Lazuardi, S., & Wahyudi, T. (2025). Product Variety on Customer Satisfaction: The Mediating and Moderating Role of Price Perception and Service Quality. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 5(2), 859–869.

- Lubalu, A., O., S. (2023). Pengaruh Kualitas dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kukis Bakar Tandobone. *Jurnal Ilmiah Ekomen*, 23(2), 42-56.
- Lubis, J., & Nasution, N., L. (2025). Pengaruh Cita Rasa, Harga, Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warkop Milenial Rantauprapat. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 2(1), 235-246.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Maino, G. P., et al. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 185-192.
- Muddasir, A., et al. (2023). *Metode Riset Manajemen Pemasaran: Pendekatan Kuantitatif*. Padang:: Get Press Indonesia.
- Mustanir, A. (2022). *Pelayanan Publik*. Pasuruan: Qiara Media.
- Muthiah, M., & Mariah. (2025). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jazzmyn Natural. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economic*, 2(1),
- Mutiara, S., et al. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Nastiti, D. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa., Store Atmosphere dan Celebrities Endorsemen Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus di Restoran Rockstar Audos, Jakarta Timur). *Repository STEI Jakarta*, 1-18.
- Nurrahwati, Y., Novianti, & Arifudin. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Es Teh Jadoel (Studi Kasus Pada Konsumen Es Teh Jadoel Di Majalengka). *YUME Journal of Management*, 7(2), 205-214.
- Palelu, D. R. G., et al. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba di Kota lawang. *Jurnal Ekonomi*, 10(1), 68-77.
- Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020), SERVQUAL Skala Multi-Item untuk Mengukur Persepsi Konsumen tentang Kualitas Layanan. *Jurnal Ritel*, 12-40. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)00084-3)
- Parida, et al. (2023). The Influence of Product Variation and Price on Consumer Satisfaction. *International Journal of Economic and Venture Science Services (IJEVSS)*, 1(4), 112-126.

- Poltak, H., et al. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Putra, G., P., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pawon Sangat Colomadu Karanganyar. *Master Manajemen*, 2(3), 80-93.
- Putra, R., A., & Sari,, D., K. (2024). Mengapa Harga Tidak Lagi Menjamin Kepuasan? Studi pada Bisnis Kuliner Kreatif. *Jurnal: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Putranto, Yogie. "Kontribusi Kualitas Pelayanan Sebagai Mediasi Kualitas Produk Makanan dengan Niat Perilaku Pelanggan Harris Cafe Sentul City." *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan* 13.2 (2025).
- Putri, N. A., et al. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 132-143.
- Qari, M., et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Rumah Makan Tok Patok). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 13(2), 437-444.
- Rahmah, N., A., & Habib, M., A., F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 286-298.
- Rahmawati, Y. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 1(3), 117-127.
- Rahmawati, Y., et al. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah, dan Muamalah (JHESM)*, 1(3), 120-130
- Reken, F. et al. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: CV. Gita
- Rochaety, D. et al. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*. Bogor: Mitra Wacana Media..
- Romli, N., A., et al. (2022). *Marketing 4.0: Konsep Dan Implementasinya*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Rustiawan, R., K. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Perusahaan Smooth Cheese Tea Tasikmalaya). *JURNAL JEMPPER*, 1(3), 277-282.

- Salsabilah, Anisa, and Iis Noviyanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat Tangerang Selatan." *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 1.4 (2024): 1044-1053.
- Saputra, M., I., & Rahayu, S. (2024). Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen melalui Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk di Era Pasca Pandemi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3(3), 125-135.
- Sari, R., N., et al. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Cafe Kana Eatery Kediri. *Cuan: Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 107-118.
- Setiani, R., I., et al. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kuningan Hegarmukti. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 345-352.
- Sholeh, M., I., & Idris. (2024). Keberlanjutan Bisnis Kuliner di Tengah Dinamika Pasar: Pengalaman Albarokah Chicken. *Jurnal Dinamika Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(1), 47-56.
- Sitorus, T. (2023). Price Perception and Its Non-Significant Impact on Customer Satisfaction in Premium Snack Industry. *International Journal of Marketing Studies (IJMS)*.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian (Cet.31)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, S., et al. (2022). Consumer Loyalty of Indonesia E-Commerce Smes: The Role Of Social Media Marketing And Customer Satisfaction. *International Journal Of Data And Network Science*, 6(2), 383–390.
- Sulfi, M et al. (2025) Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Coffe Receh. *Indonesia Economic Journal*, 1(2).
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Andi.
- Utama, P. S., et al. (2025). The Impact of Food Quality on Customer Satisfaction: A Study of Fast-Food Business. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific* 7(3):417-430.
- Valentine, L., et al. (2023). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(4), 409-428.
- Viani., G., A., I., et al. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk KFC di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMAS*, 1(3), 35-43.

- Widiana, W., & Surono, S. (2025). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economics, Business and Management Issues (JEBMI)*, 6(4), 247-258.
- Wijana, P. A., et al. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli pada Maya Sanur Resort. *Jurnal Majalah Ilmiah Widyacakra*, 6(2), 57-72.
- Wulandari, A., & Seprini, S. (2025). Pengaruh Variasi Menu dan Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Kembali yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Permata Pasir Pengaraian. *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(6), 876–889.
- Wulandari, Dea, and Ali Maddinsyah. (2025) "Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Lentera Coffee & Eatery Kota Banjar." *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 2(3), 499-507.
- Zheng, L., et al. (2024). Consumer Behavior in the Post-Pandemic Era: The Diminishing Effect of Price Sensitivity on Satisfaction. *Global Business and Management Research: An International Journal*.
- Zusrony, E. (2021). *Teori Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: STEKOM Press.