

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, M., Widarko, A., & Hatneny, A. I. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada pelanggan Kafe Terserah Kopi Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of marketing (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
<https://doi.org/10.22233/9781910443156.25>
- Astuti, W. P. (2021). The effect of price and product quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable in the coffee shop. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(2), 01-13.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service quality, consumer satisfaction, dan consumer loyalty: Tinjauan teoritis*. CV IRDH.
- Durriyah, A. K., & Andarini, S. (2023). Pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Kopi Kenangan The Avenue Merr Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 693-705.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan, S. (2022). *Bauran Pemasaran*. Penerbit Deepublish.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (Planning & strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334057497_PEMASARAN_dasar_dan_konsep/links/5d14be6592851cf4404f63a8/PEMASARAN-dasar-dan-konsep.pdf
- Ghozali, Imam, (2021) *Partial Least Squares; Konsep, Teknik, dan Aplikasi*. (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakunta, T., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Warung Kopi Tequila Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 787-802.
- Hamzah, I., & Lovira. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal*

- Penelitian Bisnis, 1(1), 1-12.
- Indrasari, Methiana (2019) Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). Principles of marketing (Global ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (L. Albeli (ed.); 17th ed.). Pearson Education Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles of Marketing. In Pearson (19th ed.). Pearson Education Limited.
- Ngatno. (2017). Manajemen Pemasaran. EF Press Digimedia
- Ningsih, E. P., & Sedayu, A. (2024). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Pada pelanggan Aqua Galon di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 64-80.
- Ottencoffee. (2023). *Data konsumsi kopi di Indonesia tahun 2023*. Retrieved from <https://ottencoffee.co.id/majalah/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-tahun-2023>
- Pahmi, D. (2024). Kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli masyarakat. Penerbit Nasmedia.
https://www.google.co.id/books/edition/KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_MEMPENGARUHI_M/H9T9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Pratama, A. R. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan Kopi Hashtag, Kota Malang).
- Rahman, S. R., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 1306-1311.
- Ratnasari, B., Juliati, R., & Handayanto, E. (2022). The influence of product quality and brand image on customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable. *Bimantara*, 1(1), 31-41.
- Saputri, V. Y., Arifin, R., & Mustapita, A. F. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Cafe Litchi Di Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 1-11.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior (12th ed.). Pearson Education Inc.

- Septiano R. et al., (2023). Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan.
- SMESCO Indonesia. (2024). *Konsep starling makin amazing*. Retrieved October 3, 2024, from <https://smesco.go.id/berita/konsep-starling-makin-amazing>
- Snapcart. (2023). Indonesia's Coffee Consumption Trends in 2023. <https://snapcart.global/indonesias-coffee-consumption-trends-in-2023/>
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer behavior: Buying, having, being* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (4 (ed.)). ALFABETA BANDUNG.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Supangkat, D. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan warung kopi Kedai Singgah Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma*.
- Tirtayasa, S. (n.d.). Effect of product quality and service on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (Study on coffee shop in Medan). *International Journal of Science, Technology & Management*.