

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. (2017). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Vanilla Cafe Tulungagung. *Simki-Economic Vol 01 No 03 Tahun 2017*
- Devia, A. N. (2018). The Influence of Brand Experience and Service Quality to Costumer Loyalty Mediated by Costumer Statification in starBucks cofee Malang. *Managment and Economic Journal E-ISSN : 2598 P-ISSN : 2599-3402 Vol. 2 Issue. 2 Auguts*, 185-196.
- Ghozali, H. I. (2017). *Model Persamaan Struktural konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesin SEM 24 Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ginting, M. (2015). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor). *Jurnal Manajemen Bisnsi STIE SBBI Voulme 23 No. 1 Januari*, 10-18.
- HYPERLINK "<http://kopidewa.com/cerita-kopi/sejarah-starbucks/>"  
<http://kopidewa.com/cerita-kopi/sejarah-starbucks/> (Diakses pada 8 Maret 2019)
- HYPERLINK "[http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2018\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2)" \t "\_blank" [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2018\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2) (Diakses pada 12 Maret 2019)
- HYPERLINK "<https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-159>" <https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-159> (Diakses pada 25 April 2019)
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol 2. No. 1 Juni* , 1-13.
- Juniantara, I. A., & Sukawati, T. G. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7 No. 11 ISSN 2302-8912, 5955-5982*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Ciracas, Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Montung, P., Sepang, J., & Adare, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kaewan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 5. No. 5*, 678-689.
- Peter, J. P., & Olson, J. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, H. V., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (studi pada Konsumen Biskuit Oreo di Carefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen Voulume 6 Nomor 1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri surabaya*, 1-9.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh Keragaman produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister, Vol 03. No. 02, Juli*, 186-199.
- Saulina, A. R. (2018). *How Service Quality Influnce of satifcation and Trust Towards Consumer Loyalty in StarBucks Cofee Indonesia. International Advanced Research Journal in Science, Engineering, and Technology Vol. 5 Issue 10, October*, 11-19.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis (Pendekatan pengembangan-Keahlian) Edisi 6 Buku 1&2*. Salemba Empat: Jakarta.
- Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (marketing mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart batu Mall Manado. *Journal EMBA Vol. 1 No. 3 Juni ISSN2303-1174*, 71-80.
- Siregar, H. N., & Trenggana, A. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Cabang Buah Batu Bandung. *E-Proceeding Of Management : Vol. 3 No. 2 Agustus ISSN : 2355-9357*, 2104-2111.
- Suastini, I. S., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Perspsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-jurnal Manajemen Unud Vol. 8 No. 1 ISSN: 2302-8912*, 7044-7072.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian (endidikan Pendekatan Kauntitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra dan promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Media Ekonomi dan Manajemen ISSN : 0854-1442 Vol. 28 No. 2 Juli*, 13-27.

Tjiptono, F. (2014). *PEMASARAN JASA Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Zhang, Q., & Prasongsukarn, K. (2017). *A Relation study of Price Promotion, Costumer Quality Evaluation, Costumer Satification, and Repurchase Intention: a Case Study of StarBucks in Thailand*. *International Journal of Managementand Applied Science*, ISSN 2394-7926 Voul. 2 Issue 9, September, 29-32.