

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Andi Jamal, S. A. B. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–8.
- Anggraini, N. (2018). *Harga, lokasi, kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada zahara hijab collection warujayeng* (pp. 1–108). universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia UN PGRI KEDIRI.
- Budi Rahayu Tanama Putri. (2017). *Manajemen pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Fauji, R., Faddila, S. P., Hs, J., Waluyo, R., Timur, T., Karawang, K., & Barat, J. (2019). *Pengaruh Kualitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang*. 1–22.
- Fauzan, ida nuryana. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota MALANG. *Modernisasi*, 10(1), 1–18.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (dasar dan konsep)* (Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustriana, N. (2019). *Pengaruh Cita Rasa, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen di Rumah Makan Prasmanan Sedehana 1 Tegalgede Cikarang Selatan* (pp. 1–116). universitas pelita bangsa.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrasari, N. (2017). PENGARUH CITA RASA, NILAI GIZI DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA YES DELIVERY DI PLOSOKANDANG TULUNGAGUNG THE. *Simki-Economic*, 01(07), 1–13.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lesli Purnawati, E. dan R. S. (2016). pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian dengan harga sebagai variabel moderating. *Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3), 1–7.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi*. Salemba Empat. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20420820&lokasi=lokal>
- Maulidya, R. N., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di

- Bogor. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221–240.  
<https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.5340>
- Muhammad. (2013). *Metodologi penelitian ekonomi Islam*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Nazmudin, Y. (2019). Pengaruh cita rasa dan lokasi terhadap minat konsumen Kue Balok (Studi di Home Industri Kue Balok Babakan Cikedal). In *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten* (pp. 30–34). Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Nurhanifah, A. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*, 3(4), 1–10.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan wajib para praktisi pengadaan barang/jasa pemerintah*. Visimedia.
- Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, M. S. (2018). Pengaruh informasi keuangan dan non keuangan terhadap underpricing harga saham pada perusahaan yang melakukan initial public offering (studi empiris perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015). *Jurnal Nominal*, VII(1), 1–16.
- Situmeang, L. S. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan* [Universitas Islam Negeri Sumatera Utara]. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/3127>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tinus, R. B. (2018). *Pengaruh Etika Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Kantor Yogyakarta*. 1–15.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Penerbit ANDI.
- Windari, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Smart Ganesha Pekanbaru. *JOM FISIP*, 6(2), 1–16.
- Wuntu, C. R. A. (2019). *Batu, Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (tudi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu)*. 1–10.

