

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S., Pauzy, D. M., & Risana, D. (2023). *The Effect Of Taste, Perceived Price And Facilities On Consumer Satisfaction (Survey On Consumers Of Mayasi Café And Resto Asia Plaza Tasikmalaya)*. *Journal of Indonesian Management*, 3(3), 567–580. <https://doi.org/10.53697/jim.v3i3.1419>
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. BPFE.
- Asmara, T., Maruta, I. A., & Mulyati, A. (2021). *Pertunjukan Live Music, Customer Experience, Cafe Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction Di Cafe Playgo Kota Sidoarjo*. *Agroterap*, 2(1), 100–107. <https://doi.org/10.30996/agro.v1i2.9896>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran (Dasar, konsep & strategi) (1st ed.)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Basuki, T. A., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. PT RajaGrafindo Persada.
- Dewi Triyana, I., & Hasibuan Irwansyah, M. (2016). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat*. *ECOBISMA*, 3(1), 319–323. <https://doi.org/10.7868/s0869565216210155>
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2016). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=o7U7CwAAQBAJ>
- Falina, A. S., Setianingsih, W. E., & Murtaliningtyas, W. (2024). *Analysis of the Influence of Taste, Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction At Fox Coffee Jember*. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 188. <https://doi.org/10.31000/combis.v6i2.11291>
- Garg, R., Rahman, Z., & Qureshi, M. N. (2014). *Measuring customer experience in banks: scale development and validation*. *Journal of Modelling in Management*, 9(1), 87–117. <https://doi.org/10.1108/JM2-07-2012-0023>
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). *How to Sustain the Customer Experience:: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer*. *European Management Journal*, 25(5), 395–410. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>
- Ghanim Permana Putra, & Adcharina Pratiwi. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pawon Sangit Colomadu Karanganyar*. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(3), 80–93. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.467>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th*

ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory : Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yoga Pratama di Semarang.

Haryono, A. A., & Siahaan, S. L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Paris Baguette. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(2), 466–478.

Husna, A., zuriani, & sumitro. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *1*, 340–352.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - *Google Books*. In *Unitomo Press* (p. 61).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). *Pearson Publishing*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. *Pearson*.

Kotler, P., & Keller Lane, K. (2016). *Marketing Management 15e* (15th ed.). *Pearson India Education Services Pvt. Ltd.*

Lubis, I. F. M., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cafe Pascho* Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 872–882. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3074>

Meyer, C., & Schwager, A. (2007). *Understanding Customer Experience*. *Harvard Business Review*, 85, 116-126,157. <https://hbr.org/2007/02/understanding-customer-experience>

Muzakki, M. I., & Jariah, A. (2020). Pengaruh Harga , Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kabupaten Lumajang. *2008*, 114–117.

Navanti, D., Taufik, A. R., & Hakim, I. (2023). *The Quality Measurement of Products, Services, and Advertising on Customer Satisfaction at Fast Food Restaurant in Bekasi Area (A Case Study at J. Co Donuts & Coffee)*. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(6), 2461–2472. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i6.3968>

Nawangsari, S. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga, *Customer Experience*, Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Bekasi Barat. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(10), 1275–1289.

Nawangsih, Ifa, K., & ariyono yunus, K. (2019). *Manajemen Pemasaran (pertama)*.

WIGA PRESS.

- Netemeyer, R., Ryn, M. Van, & Psikologi, D. (1991). Teori Perilaku. *211*, 179–211.
- Nugroho. (2018a). Validitas dan Reliabilitas Instrumen. ADOC.PUB. <https://adoc.pub/validitas-dan-reliabilitas-instrumen-oleh-nugroho-susanto.html>
- Nugroho, A. (2018b). Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data. ANDI Yogyakarta (Anggota IKAPI).
- Nursarah, W., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). *The Influence Of Price Perception, Taste, And Location On Customer Satisfaction (Survey On Customers Of Café Shelter Wisata Galunggung)*. *Journal of Indonesian Management*, 2(3), 739–748. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i3.926>
- Paramita Daniar, W. R., Rizal, N., & Sulistyan Bahtiar, R. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (3rd ed.). WIGA PRESS.
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Permata, G., & Alhada Fuadilah Habib, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mekar Sari di Kabupaten Trenggalek. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 2(2), 83–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i2.2281>
- Pranoto, R. G. (2016). Analisa Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Konsumen Di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9.
- Putri, I. L. N., & Hakim, I. (2023). *New Consumer Landscape: Sebuah Riset Perilaku Konsumen menuju Society 5.0*. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 347–355.
- Riyanto, S., & Andhita Hatmawan, A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. In *Deepublish*. Penerbit DEEPUBLISH.
- Robustin, T. P. (2022). Pendampingan Pemasaran Dan Promosi Pada Usaha Tas Anyaman Di Desa Karangsono Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Jpm)*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.31967/jpm.v2i1.558>
- Rofiah aldinatur, R., Aisyah, S., & primanto budi, A. (2023). Pengaruh *Customer Experience, Brand Ambassador* Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Chill Coffee Gubuklakah). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.

- Rusdiana, A., & Irfan, M. (2018). *Sistem Informasi Manajemen* (2nd ed.). Pustaka Setia.
- Rustiawan, K. R. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Perusahaan *Smooth Cheese Tea* Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 277–282. <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i3.608>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (Z. Kasip, Ed.; (7th ed.)). Jakarta: Indeks.
- Schmitt. (2010). *Experiential Marketing Bernd Schmite ExperientialNiarketing. January 2013*, 37–41.
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development / R&D)* (S. Suryandari Yustiyani, Ed.; 4th ed.). CV. ALFABETA.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (A. Diana, Ed.; edisi 1). ANDI Yogyakarta (Anggota IKAPI). <https://books.google.co.id/books?id=H6REAAAQBAJ&lpg=PA113&ots=fmTjJB-kr2&lr&hl=ca&pg=PR2#v=onepage&q&f=false>
- Yusuf, M., Zalikha*, Z., Ariska, E., & Mulyadi, M. (2024). *The Influence of Taste, Price, Store Atmosphere, and Service Quality on Consumer Satisfaction at Warkop Gb 2*. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 9(2), 465–472. <https://doi.org/10.24815/jimps.v9i2.30313>