

REFERENCES

- Adhi, C., & Santoso, S. (2021). Analysis of production performance of supply chain operation reference in PT Premier Doughnut Indonesia. *International Humanities and Applied Science Journal*, 4(2), 107–115.
- Al-Rasyid, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 210–223.
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Anugrahani, F., & Nurseto, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Salatiga). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 504–511.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research. Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Canny, I. (2014). Measuring the Mediating Role of Dining Experience Attributes on Customer Satisfaction and Its Impact on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(1). <https://doi.org/10.7763/ijimt.2014.v5.480>
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1997). *Business Research Methods* (5th Editio). McGraw-Hill Irwin.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Alfabeta.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. (Edisi Pert). Liberty.
- Etemad-Sajadi, R., & Rizzuto, D. (2013). The antecedents of consumer

satisfaction and loyalty in fast food industry: A cross-national comparison between Chinese and Swiss consumers. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 30(7), 780–798. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-May-2012-0069>

- Fajarianto, B., Lubis, N., & Saryadi, &. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada CV. AHASS Sahabat Sejati Motor Tembalang Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, 1–22.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6741–6761.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Gaspersz, V. (2001). *Total Quality Management*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program IBM SPSS 23*. 19.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty*. Erlangga.
- Gultom, W. S. T., Yuliati, L. N., & Djohar, S. (2016). Pengaruh Service Quality, Product Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Industri Kayu Perhutani. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(2), 109–121. <https://doi.org/10.17358/jma.13.2.109>
- Gunawan, E. J. M. (2018). *Industri kopi Indonesia dan Third Wave Coffee Culture*.
- Hayati, Y. H., & Sekartaji, G. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(1), 49–56. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v1i1.455>
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqâfiyyât*, 13(1), 188–204.
- Hidayat, M. A., Rasyid, A., & Pasolo, F. (2024). *Advances in Business & Industrial Marketing Research Service Quality on Customer Loyalty : Mediation of Customer Satisfaction*. 2(3), 150–163.
- Indrawati, F., Sani, R., & Ariela, J. (2018). Hubungan Antara Harapan Dan Kualitas Hubungan Pada Dewasa Muda Yang Sedang Menjalani Hubungan Pacaran. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 5(1), 72.

<https://doi.org/10.24854/jpu12018-98>

- Irawan, H. (2003). *Indonesian customer satisfaction*. Elex Media Komputindo.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9–16. <https://doi.org/10.32509/kelola.v7i1.1409>
- Ismail, K., Tin, J. W. C., & Chan, J. P. M. (2021). The mediating role of customer satisfaction in the relationship between service quality and customer loyalty. *Management and Accounting Review*, 20(3), 187–210. <https://doi.org/10.24191/mar.v20i03-08>
- Kasali, R. (2008). *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi Targeting Positioning*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Siaran Pers. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukkungan-pemerintah>
- Kementerian Perindustrian. (2016). *Produksi Kopi Nusantara Ketiga Terbesar Di Dunia*. Siaran Pers. <https://kemenperin.go.id/artikel/6611/Produksi-Kopi-Nusantara-Ketiga-Terbesar-Di-Dunia>.
- Kolonio, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. . (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lovelock, C. H. (2001). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (4th ed.). Prentice Hall.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2002). *Perilaku konsumen*. Eresco.
- Maryanto, R. H., & Kaihatu, T. S. (2021). Customer Loyalty as an Impact of

- Perceived Usefulness to Grab Users, Mediated by Customer Satisfaction and Moderated by Perceived Ease of Use. *Binus Business Review*, 12(1), 31–39. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6293>
- Mullins, J., Walker, O. C., Larreche, J.-C., & Boyd, H. (2012). *Marketing Strategy: A Decision-focused Approach*. McGraw Hill.
- Nasution, M. N. (2011). *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Ng, Y. K. (2021). Happiness—Concept, Measurement and Promotion. *Happiness—Concept, Measurement and Promotion*, 1–183. <https://doi.org/10.1007/978-981-33-4972-8>
- Oldenburg, R. (2001). *Celebrating the third place : inspiring stories about the “great good places” at the heart of our communities*. Marlowe & Co.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd Editio). Routledge.
- Ramaraj, K. (2017). The Impact of Food Quality on Customer Satisfaction and Behavioural Intentions: A Study on Madurai Restaurant. *Innovative Journal of Business and Management*, 6(March), 34–37. <https://doi.org/10.15520/ijbm>
- Rosanti, E. D., & Dewi, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pt Bank Danamon Indonesia Cabang Bintaro Tangerang Selatan. *Journal of Economics & Business*, 8(1), 5–10.
- Salamah, A. A., Hassan, S., Aljaafreh, A., Zabadi, W. A., AlQudah, M. A., Hayat, N., Al Mamun, A., & Kanesan, T. (2022). Customer retention through service quality and satisfaction: using hybrid SEM-neural network analysis approach. *Heliyon*, 8(9), e10570. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10570>
- Saputra, A. O., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2016). PENGARUH HARGA , PROMOSI , DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA BENGKEL AHASS 0002 ASTRA MOTOR SILIWANGI SEMARANG) Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai acuan dalam memilih m. *Service Quality Dan Customers Satisfaction*, 1, 2–9.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson. Pearson.

- Setiawan, S. (2011). *Loyalitas pelanggan jasa*. IPB Press.
- Solikatun, Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2015). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 60–74.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Andi Offset.
- Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020). DIMENSI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku konsumen ; teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2018). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Kedua)*. Andi Offset.
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang- Pekanbaru). *Jom FISIP*, 4(2), 1–10. <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>
- Yuliandri, M. T. (2015). *8 Tipe Peminum Kopi*. Otten. <https://ottencoffee.co.id/majalah/8-tipe-peminum-kopi>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
- Zeithaml, V., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. (3rd Editio). Irwin McGraw-Hill.