

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, C. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung: Studi Kasus Pengunjung THE Sila's Agrotourism Br. Batuesesa Desa Candikuning Kec. Baturiti Kab. Tabanan. Skripsi. Prodi Manajemen. FE Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Anggipora, Marius P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta PT. Rajagrafindo Persada.
- Alma Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta
- Auditya, Ernest Kusuma., Natalia Krissenzia Ranciu, dan Marcus Remiasa. (2019). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4 (2), 2019. pp.165-171.
- Baker, Michael J., (2003). *The Marketing Book. Fifth Edition*. Oxford (UK): Butterworth Heinemann.
- Bangun, Pandu Asmo. (2020). Hubungan Antara *Marketing Mix* Dengan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kios Granari Fresh Semarang. Skripsi Prodi Agribisnis. Fakultas Pertanian dan Bisnis. UKSW. Salatiga.
- Bornyarso. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Penerbit Buku Terkemuka.
- Bulan, T. P. L., & M. Lutfi Azmi. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 313– 325.
- Dwi Aryani, Dwi., dan Febrina Rosinta. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17(2), 114-126.
- Effendi, Sofian dan Tukiran. (2012). Metode Penelitian Survei. Cetakan Ketiga Puluh. Penerbit LP3ES. Jakarta.
- Fuadatinnisa, B. (2018). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Buah Jeruk Arowisata Petik Jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang* [Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id>
- Gandhy, Abel. (2023). *The Influence of the Marketing Mix on Consumer Satisfaction with La Fonte Spaghetti Pasta*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 11 No. 3, 2023 pp. 1005-1014
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, B., et al. (2019). Strategi Marketing Mix pada Produk Kedai Organik. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 10(1), 78-89.
- Hair, J. F. et. al. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Los Angeles
- Harjanto, R. (2009). *Prinsip-prinsip Periklanan*. Jakarta: PT Gramedia
- Hasan Ali. (2008). *Marketing*. Penerbit MedPress (Anggota IKAPI) Yogyakarta
- Hermawan, Budi. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 4(2): 9–17.

- Hurriyati, Ratih. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung CV. Alfabeta
- Irawan, Handi D. (2004). *10 Perinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13, Jilid 1. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Penerbit Jakarta Indeks. Jakarta.
- Maulana, R., et.al. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 8(3), 112-125.
- Maulana, B., et al. (2021). Strategi Pemasaran Makanan Organik di Pasar Modern. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 10(1), 78-89.
- Murniati, Monika Palupi., St. Vena Purnamawati., Stephana Dyah Ayu R., Agnes Advensia C., Ranto Sihombing., dan Yusnis Warastuti. (2013). *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Penerbitan Unika Soegijapranata.
- Nuragustin, Dena. (2021). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Raito Resto. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan*.
- Nurdin, Muhammad., Eva Dolorosa, Shenny Oktoriana. (2023). Strategi Pemasaran UMKM Oleh-Oleh Makanan Khas Pontianak. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. UNS Surakarta. 20(2), 233-245.
- Nursaidah, Mutia., Asep Ferry Bastian, dan Imas Sukaesih. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kopi Janji Jiwa Jilid 35 Kota Tangerang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 28(1) 2022; 149-162.
- Peter, J Paul. (2000). *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Putra, Afriyad. (2021). Hubungan *Servicescpe* dengan Kepuasan Pelanggan Pada *Daily Dose Coffee And Eatery* Bogor. *Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor*.
- Ragil, Agung Diswanto. (2019). Sejarah Makanan Enting-enting gepukCap Klenteng dan 2 Holo Di Kel. Kalicacing Kec. Sidomukti Kota Salatiga Tahun 1970-2009. Skripsi. Jurusan Sejarah-FIS, Universitas Negeri Semarang
- Rahardjo, A., dkk. (2019). Pengaruh Bauran Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Salad Dressing. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.15(2),45-56
- Rainsch, Sebastian. 2004. *Dynamic Strategic Analysis: Demystifying Simple Success Strategies*. Wiesbaden: Deutscher Universitast-Verlag.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Riset Pemasaran. (5th ed.)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, S. P. (2007). *Manajemen sumber daya manusia. (14th ed.)*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Santoso, Singgih. (2004). *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta, Indonesia: Elex Media Komputindo
- Sari, A. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Industri Makanan dan Minuman*. Bandung: Penerbit Jurnal Ilmiah.
- Selang, Christian A.D. (2013). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya*

- Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.* Jurnal EMBA 71 Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 71-80.
- Soedarsono, R.M. (1999). Laporan Penelitian Tahun Kedua, “*The Impact of Tourism on Indonesian Performing Arts*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Soetojo. (2002). *Dasar-Dasar Ilmu Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugiyono. (2018). *Metode Peneliiian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Susila, I Gusti Bagus., Rooswidjajani, dan Anandhayu Mahatma Ratri. (2017). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Kepuasan Konsumen: (Studi Pada Konsumen Kafe Grow Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 4 No.2, Juni 2017, p 165-171.
- Swastha, Basu Dh dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. (edisi III). Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Yusuf, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 7(1), 17–23.
- Yuhendri L. V. (2022). Inovasi untuk Keberlanjutan Usaha Kuliner. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*. FE Universitas Negeri Padang, Indonesia..12(1).33-40. 2022.
- Yusuf, A., et al. (2017). Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Madu. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 5(2), 45-56.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. (2006). *Service marketing. 4th edition*. New York: The MC Graw-Hill Companies, Inc.

