



DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi., dan Febrina Rosinta. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol. 17, No.2.
- Basith, Abdul., Kumadji, Srikandi., Kadarisman. Hidayat., (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan* (Studi pada pelanggan De, Pans Pancake and Waffle di kota Malang). Jurnal Administrasi Binis, Vol. 11, No. 1.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2014), *Bussines Research Methods*, Edisi 12, New York: McGraw – Hill/Irwin.
- Haryanto, Resti Avita., (2013). *Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald di Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 4.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 17. England: Pearson Education.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing of Management*. Edisi 15. England: Pearson Education.
- Kodu, Sarini., (2013). *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3.
- Kurniawati, Dewi., Suharyono., Andriani Kusumawati., (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (studi pada pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 14, No.2.
- Masharyono., Urwah Cita Hasanah. 2016. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada celdi catering. *Journal of Tourism Scientific*, 1(2), 156-157
- Oktarini, Dinar Surya. (2018). *Inilah 5 Restoran dengan Pelanggan Terbanyak di Indonesia*. Guideku.
- Panjaitan, Januar Effendi., Ai Lily Yuliati., (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung*. Jurnal Manajemen, Vol. 11, No. 2.
- Razak, Ismail., Nazief, Nirwanto dan Boge, Triatmanto., (2016). *The Impact of Product Quality and Price on Costumer Satisfaction with the Mediator of Customer Value*. Jurnal of Marketing and Consumer Research, Vol. 30.