

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, Wahyu Eko Setianingsih, T. D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mie Galak Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(2964-898X), 11.
- Buchari Alma. 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. C.V Alfabeta. Bandung.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. 2023. Data Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara di Kota Bandung Tahun 2018-2022.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. 2023. Jumlah Sektor Kreatif Per Subsektor Yang Terdaftar Tahun 2021.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. 2023. Jenis Industri Kuliner di Kota Bandung Tahun 2022.
- Ernawati, F. Y., Novandalina, A., & Tsaniyah, D. (2022). ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY FACTORS ON CONSUMER SATISFACTION ( A case study at the Kremes Chicken Restaurant in Purwodadi ). *Inetnational Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(4), 1914–1921.
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Andi. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono dan Gredorius Chandra. 2016. Service, Quality & Satisfaction, Edisi 4. ANDI. Yogyakarta.
- Farsya, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Carls Jr Gran Rubina. *STEIN*

*ERepository*, 16(2)(2), 41–54.

<https://erepository.stein.ac.id/index.php/erepositorystein/article/view/210/210>.

Gusti, I., Agung Maharani, A., Putu, N., Anggraini, N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung. *Values*, 3(1), 275–285.

Google Review. 2023. Daftar Rumah Makan Mie Pedas di Kota Bandung Berdasarkan Ratingnya.

Hardiansyah. 2018. Kualitas Pelayanan Publik (Edisi Revisi). Gava Media. Yogyakarta.

Hadiwijaya, T., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hours Coffee and More Jakarta. *Aksioma : Jurnal Manajemen*, 1(2), 123–138.

Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2395. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2174>.

Ihsan Muab, & Setiawan Slamet, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor) The Effect of Product Quality and Service Quality on Costumer Satisfaction (A Case Study of Coffee Shops in Bogor City). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 10(2), 118–132.

www.databook.kadata.co.id

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson Education*.

Kotler & Keller. (2016). Capturing Marketing Insights (Electronic Version). In *Marketing Management*.

Kotler dan Armstrong. 2018. Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, In. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.

Kusuma, I. G. W., Susila, G. P. A. J., Sumadi, K. E. S., & Yudiaatmaja, F. (2023).

*THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE , PRODUCT QUALITY , AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION ( STUDY ON CUSTOMERS RUMAH KOPI NUSANTARA ).* 9(1), 16–21.

Kristianti, T., & Rivai, A. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Upnormal Semarang. *Telaah Manajemen*, 15(2), 128–136.

Komang, N., Andarista, D., Wayan, N., Mitriani, E., & Imbayani, I. G. A. (2013).

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada MM Juice dan Restaurant Cabang Teuku Umar.* 222–233.

Lupioyadi. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Salemba Empat. Jakarta.

Lily, H., & Yurike, V. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(2338–7807), 11.

- Malik, F., Yaqoob, S., & Aslam, A. S. (2012). Fozia Malik. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5), 487–506.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>.
- Millenia, C., & Sukma, R. P. (2022). the Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction, in Restaurants Wolfgang'S Steakhouse Jakarta. *Journal of Management and Leadership*, 5(2), 28–41. <https://doi.org/10.47970/jml.v5i2.348>.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>.
- Peter, J Paul dan Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Pebriantika<sup>1</sup>, D. T., Pitriyani<sup>2</sup>, U., & Sulaeman<sup>3</sup>, E. (2022). Jurnal Mirai Management 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>.
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia

- Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Robbins, S.P., & Coulter, M.K. 2021. Management. 15<sup>th</sup> edition, Global Edition. Essex:Pearson.
- Rizki, Naufalli, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN MALANG (Studi pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Angkatan 2018). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 259–264. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/495>.
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>.
- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–18.
- Supomo, R. 2018. Pengantar Manajemen. Yrama Widya. Bandung.
- Sudarsono, H. 2020. Buku Ajar : Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi. Jember.
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Manajemen, Edisi Revisi 2. Alfabeta. Bandung.
- Tantangin, A. E., Ogi, I. W. J., & Loindong, S. S. R. (2017). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 811–820.
- Tombeng, B., Roring, F., & Farlane S. Rumokoy. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900.

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250.  
<https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.630>.

Windasuri, Heria, H. S. & B. T. 2017. Excellent Service The Secret of Building a Service Organization. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA Vol. 5, No. 1, (2017), 5(1), 1–8*.  
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenbisnis/article/view/5294>

Zeithaml, V.A, Bitner, M. J. & Gremler, D. D. 2018. Service Marketing – Intergrating Customer Focus Across The Firm, 7<sup>th</sup> Edition. Education International Edition. McGraw-Hill. New York.

Zibarzani, M., Abumalloh, R. A., Nilashi, M., Samad, S., Alghamdi, O. A., Nayer, F. K., Ismail, M. Y., Mohd, S., & Mohammed Akib, N. A. (2022). Customer satisfaction with Restaurants Service Quality during COVID-19 outbreak: A two-stage methodology. *Technology in Society*, 70(April), 101977.  
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101977>.