

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., & Satriawan. (2022). *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreasi.
- Anhar, A., Haryanti, I., & Hamidah, N. K. (2024). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Receh Coffee. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 2(3), 52–58. <https://doi.org/10.69693/ijmst.v2i3.333>
- Budhy, K. S., & Sidharta, H. (2022). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Proses dan Orang Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Mustep.id. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(2), 180–187.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. IRDH.
- Harmadji, D. E., Sidjabat, S., Effendi, N. I., Mardianto, D., Pratama, Y., Harahab, D. F., Utami, R. D., & Guntarayana, I. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa : Konsep dasar*. Global Eksekutif Teknologi.
- Hasan, S., Awalia, S., Sihombing, N. S., Hakim, I., & Juliana. (2022). *Pemasaran Jasa (Cetakan Pertama)*. Pena Persada.
- Jones, G. R., & George, J. M. (2022). *Contemporary Management (Twelfth Edition)*. McGraw Hill LLC.
- Karinto, S. S., Arifin, M. Z., & Fadhli, K. (2021). Pengaruh *People, Proses, Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen dimasa pandemi. *Journal of Education and Management Studies*, 4(1), 7–14. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18e Global Edition)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing (Nineteenth)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management (16 edition)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Mairiad, B., Malcom, G., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management (4th Europe)*. Pearson Education.
- Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, E., Damanik, H. A., & Silaen, M. F. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(2), 32. <https://doi.org/10.37403/strategic.v1i2.19>
- Lillah, H. (2023). *Process, dan Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen

- Tea Break di Kota Pasuruan Jurnal Manajemen Revenue. *Jurnal Manajemen Revenue*, 1(2), 138–145.
- Mochklas, M., & Novita, D. (2023). *Dasar Manajemen: Membangun Sistem dan Organisasi*. Media Sains Indonesia.
- Muhrim, N. (2024). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Sumber Asia di Kota Ambon. 1, 24–39.
- Nabila, A., & Agustin, S. (2024). PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Burger King Merr Surabaya) Ainun Nabila Sasi Agustin. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–23.
- Nofrizal, N., Aznuryandi, A., N, A., Affandi, A., & Juju, U. (2021). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Pengrajin Rotan Pekanbaru. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 279. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2487>
- Oktavianti, H., & Hutapea, T. (2022). Pengaruh *Place, People, Dan Physical Evidence* Pada Kepuasan Pelanggan Di Kedai Kopi Roemah Toea – Bekasi. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 4(2), 1–14. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v4i2.221>
- Permada, A. R. T., Maheri L, S. S., & Akbar, T. (2024). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen *Coffee Shop* Pada “Tell Kopi Kediri.” *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(3), 295–306. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i3.2305>
- Pradiyono, R., Jaja, S., Juju, U., & Puspita, H. D. (2022). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pertama). Pena Persada Kertas Utama.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Narulita, S., & Hapsara, O. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran : Analisis dan Strategi di Era Digital*. Eureka Media Aksara.
- Risky, T., & Bustami, T. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Coffeeshop the Coffebox Manna*. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 577–590. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i2.5549>
- Rosmayani. (2022). *Kinerja Pemasaran Implementasi Pada Industri Kecil Berbasis Inovasi*. Pustaka Aksara.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana, P., & Tresnawati, T. (2020). Analisis Suasana Toko, Lokasi, Dan Media Sosial Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Aenk. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, IV, 45–57. <https://doi.org/10.23969/oikos.v4i1.2194>
- Tanjung, R., Haloho, R. D., Hasibuan, A., Butarbutar, M., Lie, D., Ramdhani, R.

- F., Sudarmanto, E., Handiman, U. T., Adriani, Purba, S., Estiani, Purba, B., Oetomo, D. S., Silalahi, M., & Sherly. (2022). *Pengantar Manajemen Modern* (Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Tibrani, & Hakim, L. (2023). *Pokok-Pokok Pemasaran: Upaya Memahami Manajemen Pemasaran Penulis*. Wawasan Ilmu.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (Ed. 1). Andi Offset.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in the Digital Era 4.0*. Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A., Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Media Sains Indonesia.
- Wijaya, A., Putra, F. A., Dermawan, I., Slahanti, M., & Fitriani, H. (2023). *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix 7P Produk Barang Dan Jasa)* (Cetakan I). Penerbit Lakeisha.
- Winarno, S. T., Wahyuningtyas, D., & Winarno, D. R. (2021). *Mixed Marketing Strategy On Coffee Consumer Satisfaction At Cafe De Tropodo Sidoarjo*. *Agricultural Science*, 5(1), 75–82.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.
- Zuliasanti, K., Rusdarti, & Sakitri, W. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Ukm. *Business and Accounting Education Journal*, 1, 73–83. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej>