

DAFTAR RUJUKAN

- Adixio, R. F., & Saleh, L. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol 3 no 2,151- 164.
- Akroush, M. N., Dawood,S. A., & affara, I. B. 2015. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty In The Yemeni Mobile Service Market. *International Journey Of Servive, Economics and Management*, Vol 7 No 1,53-73.
- Amstrong, Kotler (2015), *Marketing an Introducing Pretiece Hall Twelfth Edition*, England : Pearson Education, Inc.
- Dirgantara, W. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara, Universitas Negri Semarang.
- Hery. (2013). *Teori Akuntansi Suatu Pengantar*, Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Ismail Razak, S. E.,& Rasmansyah,M.M.2018. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipana,Vol6 No 2.
- Kotler,& Keller (2016). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT. Indeks.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan,Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol 6 No 2, 147-151.
- Lupiyoadi,& Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat.
- Mahyuni, M. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Kozi Cafe Banjarmasin, Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Marcelino, K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Wolu G-Walk di Surabaya, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Nanincova, N. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe dan Bistro. *Agora*, Vol 7 No 2.
- Nganggur Dionisius Apecilus,2018. Pengaruh Harga,Suasana Cafe,dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator

- Ningrum, Y. P., & Maskan, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-jek (Studi kasus pada konsumen Go-jek pengguna layanan Go-ride di kota Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol 4 No 2, 309-312
- Nurhayati, A., & Nurhalimah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 6 No2, 1-5.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*. Vol 11 No 2, 265-289.
- Pemayun, T. G. I. D., & Sudiksa, I. B. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Veranda Cafe. *Universitas Udayana*.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, Vol 11 No 2.
- Prasevie, S. F., & Razak, I. Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Vol 6 No 2.
- Restuadhi, Y., Farida, N., & Budiarmo, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Siliwangi Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 3 No 2, 40-51.
- Runtunuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 2 No 3.
- Sari, S. W., Sunaryo, S., & Mugiono, M. (2018). The Effect Of Service Quality On Customer Retention Through Commitment and Satisfaction As Mediation Variables In Java Eating Houses. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 16 No 4, 593- 604.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugianto, J., & Sugihartono, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1 No 2, 1-10.
- Zeithaml, Valerie (1998), Consumer Perceptions of Price, Quality and Value : A Means- End Model and Synthesis of Evidence, *Journal of Marketing*.