

Daftar Pustaka

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Azizah, A. (2020). Pengaruh kejelasan sasaran anggaran, kualitas sumber daya manusia, dan sistem pelaporan terhadap akuntabilitas kinerja. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1(1), 1–14.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POSKOPI ZIO JOMBANG*. 2(2), 603–612.
- Fandy Tjiptono, P. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik (1)*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Latan, H. (2014). *Aplikasi Analisis Data Statistik Untuk Ilmu Sosial Sains dengan IBM SPSS* (F. Zuhendri (ed.); 1st ed.). ALFABETA.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect of Service Quality and Product Quality on Customer. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(1), 204–211.
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). Daya Tarik Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea Di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 4(1), 104–113. <https://doi.org/10.35965/jbm.v4i1.1079>
- Mudiantono, M., Sudarmono, L. H., & Kholidin, K. (2015). Upaya Meningkatkan Kinerja Penjualan Coffee Shop Melalui Analisis Variabel Store Atmosphere, Citra Merek, Preferensi Merek Coffee Shop di Media Sosial dan Promosi (Temuan pada J.Co Paragon Mall, Semarang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(3), 407–421. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v2i3.64>

Rejeki, S., & Hadi, S. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT

BELI KONSUMEN (Studi Kasus di Kedai Giyong Kekalik Mataram).

*JOURNAL of APPLIED BUSINESS and
BANKING (JABB)*, 1(1), 65.

<https://doi.org/10.31764/jabb.v1i1.2278>

Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi Di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience*, 1(3), 548–562.
<https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.9129>

Sembiring, R. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas, Keragaman Produk Dan Lokasi Pasar Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Pertanian Di Pasar Tradisional Brastagi. *Jurnal Agrica*, 9(2), 107.
<https://doi.org/10.31289/agrica.v9i2.541>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.

Sugiyono, D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D/Sugiyono.

Bandung: Alfabeta, 15(2010).