

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Go-Food di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–128.
- Akbar Iman Rufman. (2021). Customer relationship management (Manajemen Hubungan Pelanggan). In *Customer Relationship Management: Second Edition* (Issue October).
- Ananda Bayu Setiawan¹, Edy Djoko², R. S. (2024). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, KENYAMANAN CAFE, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KEDAI. *Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 3.
- Antari, N. P. I. S., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Promosi, Suasana Cafe Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar. *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70.
- Arianty, N. (2022). *Store Atmosphere pada Usaha Kuliner untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat* (M. F. Rambe (ed.)). UMSU press.
- Ayuni, D. M. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Guardian Health & Beauty Retail. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 2(2), 18–34. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v2i2.341>
- Cahya putra, F. K., & Farida, N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Promosi Penjualan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Alfa Cell di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1121–1134. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30991>
- Fadila, S., & Apriani, W. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di TransmartTuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(2), 239–259. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1591>
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434>
- Ghozali, I. (2018). *Book_2018_Ghozali.pdf* (p. 30).
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate. In *Alfabeta* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–99).
- Gunawan, N., Subagyo, S., & Purnomo, H. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 733–743. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3248>

- Hidayat, A. (2024). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sarana Tani Indonesia Makmur*. <https://doi.org/Promosi, Penjualan, Kepuasan Pelanggan>
- Ikhwan, S., & Khojin, NurAnwar, R. S. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei). *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 88–95. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.34>
- Indrasari. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. In *Unitomo Press* (Vol. 11, Issue 1). Unitomo Press. <http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf>
- Irfan Syahroni, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Malau, H. (2020). the 4P'S Marketing Mix Variables: an Assessment of Concept, Applicability and Impact on Organizational Goal From West Java'S Business Organizations. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 57–74.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147–153. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i2.171>
- Oliver. (1980). *Expectation-Confirmation Theory (ECT)*. Sage Publications, Inc. <https://www.jstor.org/stable/3150499>
- Philip Kotler, K. L. K. (2019). Management & Marketing. In *Journal of Clinical Orthodontics*.
- Prasetya, A., & Utari, R. (2022). Analisis Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Cv. Cipta Adhi Nugraha Creative. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 88–98. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v2i2.547>
- Pratama, S., & Lendi, W. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Syahdu)*. 11(1), 61–69. <http://repository.stei.ac.id/6226/>
- Promanjoe, Y. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Keripik Suher. *Performa*, 6(3), 197–206. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2374>
- Putranusa, G. D. (2019). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Empiris pada Coffee Toffee Magelang). *Universitas Muhammadiyah Magelang*, 64.
- Putri, Y. N., & Sutrisna, E. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen ER Coffe Pekanbaru. *El-Mal*:

Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 5(1), 99–111.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3406>

Rahmayanti, P. L. D., & Ekawati, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service Di Bali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 125–138.
https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.714

Siswati, E., Iradawaty, sofiah N., & Imamah, N. (2024). Costumer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil. In *Cv.Eureka Media Aksara*.

Sugiana, P. &. (2018). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Dompot Digital Go-Pay). *Eprints IAIN Surakarta*, 100. <https://eprints.iaain-surakarta.ac.id/id/eprint/148>

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (pp. III–434).

Uswahtun Hasanah, Faisal Tomi Saputra, L. S. S. (2024). *Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Customer*. 10(April), 990–995.

Widyana, S. F., & Firmansyah, H. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 11.

Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store'S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>