DAFTAR PUSTAKA

Adhari, I. Z. (2021). Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.

Agustini, M., Putri, A. D., Alfioni, L. R., & Hikmah, N. (2025). Analisis Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di "Tempat Biasa Caffe" Jalan Raden Saleh Induk No. 07 Kota Palangka Raya. Neraca: *Jurnal Pendidikan Ekonomi,* 11(1), 14-23.

Ariasih, M. P., & Putra, I. P. D. S. S. (2022). Analisis Pengaruh Marketing Influencer Tiktok Terhadap Keinginan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Sutasoma, 1*(1), 22-27.

Ariasih, M. P., Putra, K. E. S., & Suarmanayasa, I. N. (2024). Entrepreneurial leadership impact on msme women's business perfomance in Denpasar city. *Jurnal Ekonomi, 29*(1), 60-77.

Aryansyah, A. F., & Afdal, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Pagi di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Aplikasi Fakultas Manajemen, 5(6), 1441–1450.*

Caesarini, N. L. E. A., Ariasih, M. P., & Heryanda, K. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga pada Segmen BPU (Bukan Penerima Upah) terhadap Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Singaraja. Bisma: *Jurnal Manajemen, 10(3), 889-898.*

Cahyadi, I. M. W., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kain endek di Kabupaten Buleleng. Prospek: *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 3(2), Desember 2021.*

Cahyani, I. N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya, 5(3), 1–19.

Cockrill, A., & Goode, M. M. (2010). *Perceived price fairness and price injustice. Journal of Product & Brand Management*, 19(5), 362–374.

Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. *Global Research and Consulting Institute* (Global-RCI).

Dewanti, M. A., Fadjar, A., Sitepu, H. V., Sharon, S. S., Dirman, A., Budhiman, A., ... & Judijanto, L. (2024). *Akuntansi Perusahaan Jasa Dan Dagang:*

Panduan Praktis Untuk Manajemen Keuangan. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Dewi, N. P. P. S., & Sujana, I. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hers Protex. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha,* 17(2), 321-329.

Fahmi, S. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Daya Tarik Produk terhadap Minat Konsumen untuk Membeli Sepeda Listrik. JAMIN: *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis,* 6(1), 92-101.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. *Deepublish.*

Fitriyani, V., Putri, V. H., & Sanjaya, V. F. (2025). Analisis Dynamic Capabilities dalam Merespons Perubahan Selera Konsumen: Studi pada Café Kulea Sukarame. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Bisnisia),* 1(02), 71-78.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multi-variate Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ginanda, P. K. D. (2020). *The Effect of Service Quality, Price, and Servicescape On Repurchase Intention In Gacoan Noodle Restaurant In Jember Regency. In Indonesian Journal of Pharmaceutical Science and Technology* (Vol. 7, Issue 2).

Heizer, J., & Render, B. (2015). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (11th ed.). *Pearson.*

Hidayat, A. S. (2018). *Strategi Pemasaran untuk UMKM*. Rekayasa Sains.

Ibrahim, D. (2024). Persepsi Nilai dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 11(2), 95-101.

Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 7(1), 489–497.*

Kapferer, J. N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking* (5th ed.). Kogan Page.

Karo, P. K. (2024). Analisis persepsi konsumen terhadap produk kuliner Pindang Meranjat. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan,* 12(2).

Kasiram, M. (2008). *Metodologi penelitian: Kualitatif-kuantitatif*. Malang: UINMaliki Press.

Kelly, L., Prabowo, I. D. P., & Taufiq, A. (2025). Peran Desain Box Kemasan Cookies Dalam Membentuk Persepsi Kualitas Dan Nilai Produk. *The Sages Journal*, 4(01), 8-15.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). *Pearson Education.*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). *New Jersey: Pearson Education.*

Lestari, S., Wahib, M., & Susanto, A. (2024). Peran Emotional Branding dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen: Studi pada Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis (JUMASIS),* 1(1), 1-10.

Luthfi, A., Kasnelly, S., & Purnamasari, R. A. (2024). Tabungan Dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumen Dalam Mengelola Keuangan Di Era Digital Melalui Pendekatan Kualitatif. Al-Mizan: *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(II), 137-153.

Marpaung, M., dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi.* Yayasan Kita Menulis.

Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making Profitable Decisions* (2nd ed.). *McGraw-Hill.*

Paramita,R., Rizal N.,& Sulistyan R.(2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Ketiga.* Lumajang : Widya Gama Press

Prihandoyo, P., Moorcy, N. H., & Rante, N. T. (2025). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Makan Nostimo Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi,* 16(1), 33-46.

Putra, K. E. S., & Ariasih, M. P. (2024). Destination image as a mediator of the influence of service quality on the decision to purchase dolphin tourism

services. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science, 5*(6), 2044-2051.

Putra, R. (2021). Determinasi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap kualitas produk, citra merek dan persepsi harga (literature review manajemen pemasaran). 2(4), 516-524. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi,*

Ramadhan, D. R., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Daihatsu Singaraja. Bisma: *Jurnal Manajemen, 11(2), 835-844.*

Razak, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 7(2), 1–9.*

Rufliansah, F. F., & Seno, A. H. D. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow *Creative* Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis,* 9(4), 389-401.

Safira, D., & Fasa, M. I. (2024). Determinan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk Wardah. MAMEN: *Jurnal Manajemen,* 3(4), 444-455.

Sagita, K. D. A. T., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *7*(1), 266-275.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). *Pearson Education/Prentice Hall.*

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.

Septianingrum, S. H., Triyono, T., & Fajri, A. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Karya Dharma, 2(2), 1–29.*

Sinukaban, E. B. B., & Dewanti, M. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Manajemen Undiksha pada Marketplace Shopee. Prospek: *Jurnal Manajemen dan Bisnis,* 6(3).

Siokalang, M. A., & Vuspitasari, B. K. (2025). Eksplorasi Pengalaman Konsumen Sebagai Dasar Evaluasi Usaha Kuliner: Studi Pada Es Buah Barbar. *Business, Economics and Entrepreneurship,* 7(2), 133-139.

Solikhah, N., & Hadita, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi *Timur Jurnal Manajemen dan Bisnis Nusantara, 2(2), 693–706.*

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif* dan R\&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.

Sumiyati, S., & Soliha, E. (2020). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Warunk Upnormal Semarang). *Proceeding SENDIU*, 2020, 568–570.

Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Nonie, M., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0).* Bandung: Alfabeta.

Suswanto, S., & Nugroho, A. Y. (2026). Perbandingan Daya Tarik Visual Dan Rasa Antara Pastry Artisan Dan Pastry Komersial. *Jurnal Education And Development,* 14(1), 373-377.

Tamrin, M., Tukinah, U., & Putri, D. A. (2024). Determinan persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal CAPITAL, 6(1), 116–134.*

Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2022). The Pengaruh Personal Selling Agen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Asuransi Sun Life Financial Singaraja. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan bisnis, Akuntansi, 2*(1), 63-71.

Telagawathi, N. L. W. S., Suci, N. M., Dewantini, N. M. A., & Sinarwati, N. K. (2024). SMEs business survival model during the COVID-19 pandemic: A case study of handicraft SMEs in Bali Province. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi), 9*(1), 67-81.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Ubaidillah, R. (2025). Determinan yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Niat Pembelian Ulang di *E-Commerce* (Shopee) di Yogyakarta *(Doctoral dissertation,* Universitas Islam Indonesia).

Wijaya, V. S., & Wismantoro, Y. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan nasabah melalui kepercayaan nasabah asuransi Jiwasraya cabang Kudus. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis (JPEB),* 2(2), 101–113.

Wiratama, I. K. P., Heryanda, K. K., & Yudiaatmaja, F. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arj88 Store. Bisman (Bisnis dan Manajemen): *The Journal of Business and Management, 8(3), 606-618.*

Yulianthini, N. N., & Dewanti, M. A. (2023). Pengaruh Orientasi Pesaing Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Promotional Mix Sebagai Variabel Moderasi. *Bisma: Jurnal Manajemen, 9*(1), 95-103.