

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen. Ae Publishing.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal Of Management*, 12 (1).
- Dewi, L., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada QUEENSTREETSTORE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5).
- Ertanto, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Wafer Nabati Di Toko Zaina Di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 175–181.
- Griffin, R. W. (2016). *Fundamentals of Management* (8th ed.). Boston, MA: Cengage Learning. ISBN 978-1-285-84904-1.
- Hasibuan, M. (2024). Peran Etika Bisnis dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. 3(1), 50-68.
- Herlambang, A., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Perbankan*, 7(2), 56–64.
- Herlambang, A. J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Daviena Skincare di Zahra Beauty Surabaya. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(4), 59–64.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. ISBN 978-623-91788-2-6.
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 489–500. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421>.
- Jannah, S. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Presepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi&EkonomiSyariah*,7(1),1–10.

[https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421:contentReference\[oaicite:0\]{index=0}](https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421:contentReference[oaicite:0]{index=0}).

- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing* (17th Global ed.). Pearson Education Limited. ISBN 978-1-292-22017-8.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1, Edisi ke-12, diterjemahkan oleh Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Masnun, S., Makhdalena, & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4). <http://Jiip.stkipyapisdompou.ac.id>
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk pada Kepuasan Pelanggan Dimoderasi Oleh Loyalitas (Studi Kasus pada Kosmetik Wardah). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 97–111.
- Munawaroh, S., Alvionita, M., (2025). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan swasana cafe berau. 8, 19–29.
- Meilani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Cabang Jatiuwung Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 634–640. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i4.3466>
- Palma,K.M.,Hapid,&Wahida,A.(2023). *Pengaruh Kualitas Produk Skincare Fenny Frans Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Palopo*. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 5(5), 2729–2737.
- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 244–254. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>.
- Ramdan, M, A., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). Manajemen Pemasaran. CV. Haura Utama.
- Rachmawati, N. P., & Santika, I. W. (2022). The Role of Satisfaction in Mediation the Influence of Product Quality on Customer Loyalty of Face Makeup Products. *Journal of Business and Management Research*, 7(3), 52–56.
- Safira Aqiila Jannah, K. A. H. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan*. 7(1), 489–500.
- Salwa, R., Lubis, N. A. S. F., Lestari, D., Harahap, U. Y., & Nurbaiti. (2025). The Role of Internet Technology in E-Business Transformation in the Digital Era. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 528–541. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i1.3745>
- Selamet Fuadi, Febriyanto, R. J. K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi

- terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ayam Geprek Agan 15 A Kota Metro. *18*(2), 219–232.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. ISBN 978-0-13-473482-8
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. ISBN 978-0-13-473482-8
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Syarifah, A., & Ali, M. M. (2020). Influence Analysis of Product Quality against Customer Satisfaction and Impact on Customer Loyalty Wardah Brand Cosmetics in Jabotabek. *International Journal of Innovative Science and Research Technology (IJISRT)*, 5(4), 1162–1169.
- Terry, G, R terjemahan G.A Ticoalu (2019). *Dasar-dasar Manajemen*. Edisi Revisi. Bumi Aksara.
- Wijaya, O. T. H. (2023). E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-undangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 41–47. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2022). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). World Scientific Publishing Co.
- Wannahar, K. S. L., & Indriani, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampak Loyalitas Pelanggan Brand Zara. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3414. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2641>