

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haseeb Tahir, M. A., & Saeed, Z. (2024). *The impact of brand image on customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review Heliyon* (2024). 10(16), <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36254>
- Abigail, J., Sari, V. P., & Saputra, D. (2024). *The Influence of Product Quality and Online Shopping Experience (OSE) on Consumer Loyalty Through Customer Satisfaction on Local Skincare Products*. 234(2023), 537–544. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.037>
- Amin, N., Abdullah, M. F., Abdul Rahman, M. N., & Abdul Hamid, N. (2023). Factors affecting student readiness towards OBE implementation in engineering education: Evidence from a developing country. *Heliyon*, 9(10)
- Andrian, P., C. I. W., & Jumawan, M. F. N. (2022). *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Anggraini, R. R., Hermawan, H., Pamulang, U., Pamulang, U., & Pamulang, U. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada toko umkm global bakery parung bogor. 14, 246–254.
- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Mufakat Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 23–28.
- Aswar, Nurul Fadilah S.E., M. M. (2025). *PERILAKU KONSUMEN*. TAHTA MEDIA GRUP.
- Bahri, S., & Rosandy, A. B. (2025). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P) dalam Prespektif Ekonomi Syariah*. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2).
- Bakhtiar, T. I. (2023). *Chinese food yang semakin disukai banyak orang*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/teguhikhma/63c5f13708a8b52e301d0e02/chinese-food-yang-semakin-disukai-banyak-orang>
- Cahaya, Y. F., Siswanti, I., Putra, Y. M., & Pattiwael, A. C. (2023). Contributions to Customer Satisfaction from Product Quality , Promotion and Price. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, Vol. 6 No. 6 (2023), 06(06), 2434–2440. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i6-02>
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajemen pemasaran (perspektif digital marketing)*. Eureka Media Aksara.

- Eltantian, Y. Y., Rangga, Y. D. P., & Meylano, N. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Rindu Lokaria. *10*(3), 90–102.
- Fitri, Najmiati, N., & Leisubun, T. P. V. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, WOM dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kinieast Cafe. *3*, 616–626.
- Griffin, R. W. (2022). *Fundamental of Management, Tenth Edition*. Cengage Learning.
- Hadiwijaya, T., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hours Coffe and More Jakarta. 123–138.
- Hanafi, I., & Sundari, E. (2023). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Intan, D. R., Ginting, L. N., Purba, K. F., & Pirngadi, R. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *20*(01), 7–14.
- Jabar, T. (2024). *bakmi populer di Bandung untuk dinikmati saat libur panjang*, <https://jabar.tribunnews.com/lifestyle/1168890/5-bakmi-populer-di-bandung-untuk-dinikmati-saat-libur-panjang-dari-pasar-tradisional-hingga-braga>
- Januardin, Hutagaol, J., & Bangun, N. B. (2021). *Kepuasan pelanggan*. Unpri Press.<https://id.scribd.com/document/653620205/Buku-Kepuasan-Pelanggan>.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran : Pengolahan Data SPSS dan LISREL (1st ed.)*. PT. Refika Aditama.
- Juliano, C. C., Leoparjo, F., Nugroho, A., & Oentario, Y. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Customer Satisfaction Terhadap Minat Beli Ulang pada Usaha Online Shop Cecile ' s Lasagna*. *11*(1), 15–27.
- Kasandi, F., & Fadilah, R. (2025). *Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Tamu di Favehotel Olo Padang*. *2*(2017).
- Khotim Fadhli dan Nia Dwi Pratiwi. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang*. *2*(2), 603–612.
- Kotler, P., & Armstrong. (2024). *Principles of Marketing*. (19th ed.). Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. (16th ed., Global ed.). Pearson Education Limited.
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). *The Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention American Journal of Humanities and Social Sciences Research* Vol. 5. 1, 182–188.
- Mahira, Prasetyo Hadi, H. N. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome*. 2(1), 1267–1283.
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik) Junal Kolaboratif Sains* Vol. 5 No.2. 05, 120–128.
- Muhamad, A., Ramdan, L. S., Koko, K., & Euis, S. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Muthi, L. H., & Utama, A. P. (2023). *The Effect of Price , Brand Image and Promotion on Easy Shopping Customer Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction. Dinasti International Journal of Management Science*, Vol. 4 No. 4 (2023). 4(4), 613–626.
- Oktavianti, A., Lisdiana, N., & Rahayu, P. (2022). *PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN DAN WORD O MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG (REPURCHASE INTENTENTION) (Studi Kasus di Coffee Shop Kopi Dari Hati D ' Kebon Selo Boyolali)*. 10(2), 214–222.
- Othman, M. Z., Ismail, I., & Helmy Fadlisham Abu Hasan, F. R. (2022). *The Role of the Product Quality and Price in Achieving Customer Satisfaction in Online Shopping International Journal of Academic Research in Business and Social*. Vol. 12 No. 10. 1(10), 3118–3129. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i10/15123>
- Pahmi. (2024). *Kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli masyarakat*. PT. Nas Media Indonesia.
- Pratiwi, & Ananda. (2024). *International Journal Administration, Business & Organization*. 5(3), 24–35.
- Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). *The influence of product quality, service quality, and prices on consumer repurchase intention at Ayam Bang Dava restaurant. International Journal Administration, Business and Organization*, 3(2). 3(2), 20–31.
- Rachman, A., & Suganda, uce K. (2025). *THE EFFECT OF COMPETENCY AND WORK MOTIVATION ON EMPLOYEE SATISFACTION AND ITS IMPLICATIONS ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN COMMUNITY*

HEALTH CENTERS IN BANDUNG CITY. 8(3), 8428–8444.

- Rama, R. Z., & Irda. (2023). *Pengaruh Kualitas produk, harga, dan promosi penjualan terhadap minat beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai mediasi pada Produk Somethinc di Kota Padang*. 3–5.
- Ramadhan, G. (2023). *Perekonomian rumah makan di Indonesia*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/gilangrhamadhan/65740fd4c57afb2191538738/perekonomian-rumah-makan-di-indonesia-antara-tantangan-dan-kesempatan>
- Rifa'i, Dr. Khamdan, SE., M. S. (2023). *Kepuasan konsumen*. UIN KHAS Press.
- Robbins, & Coulter, M. (2021). *Management (15th ed., Global ed.)*. Pearson Education Limited.
- Sari, A. T., Sugiono, A., & Aprilia, H. D. (2025). *Strategi Meningkatkan Repurchase Intention di Coffe Shop: Peran Atmosphere, Variasi Produk, dan Service Quality Pada Fore Coffe*. 8(2), 97–106.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., Hassan, A. A., Omar, M. W., & Harun, E. H. (2011). *The relationship between product quality and purchase intention : The case of Malaysia 's national motorcycle / scooter manufacturer*. 5(20), 8163–8176.
- Steven, W., & Purba, J. T. (2021). *How Product Quality , Brand Image and Price Perception Impact on Purchase Decision of Running Shoes ?* 1289–1297.
- Sudirjo, F., Koynja, J. J., Yuniar, E., Hasan, H., & Sutaguna, I. N. T. (2025). *MANAJEMEN PEMASARAN. Yayasan Putra Adi Dharma*.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (2nd ed.). Alfabeta.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, VOL.12,(1), 70–83.
- Sumbawati, N. K., Cahyani, G., Samawa, U., Besar, S., Info, A., & History, A. (2023). *ANALISIS ATRIBUT PRODUK SEBAGAI PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SEPEDA MOTOR*. 66–77.
- Syahrizal, D., & Sigarlaki, F. F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang yang dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Minuman Siap Saji* *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* Vol. 13 No.2. 13(2), 369–384.
- Tajudinnur, M., Ferdian, R., Iskandar, & Ilham. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pemasaran Digital terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan*

- Konsumen*. 26(2), 673–687. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2112>
- Taufik, A., Santoso, S., & Fahmi, M. I. (2022). *The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty*. 7, 68–82.
- Tiganis, A., Grigoroudis, E., & Chrysochou, P. (2023). *Customer satisfaction in short food supply chains: A multiple criteria decision analysis approach Food Quality and Preference* Vol. 104. 104(September 2022), 104750. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104750>
- Yanti, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 1(1), 1–14.
- Yusuf, M. I., Gemini, P., & Mulkin, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan. *Jurnal Ekonomi Prioritas (JEKO)*, *Jurnal Eko*(2014), 31–42.
- Zamzami, B. (2022). *The Effect of Product Quality and Price Perception On Customer Satisfaction On Somethinc Products International Journal Management and Economic* Vol. 1 No. 2 (2022). 1(2), 54–61.
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). *Implementation Of The 7P Marketing Mix In Increasing Sales Volume Of UKM Ampuh In Kediri Regency During The Covid-19 Pandemic Implementasi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UKM Ampuh Di Kabupaten Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19*. 2(1), 299–314.