

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: ALFABETA, 2015.
- [2] N. Prasastono and S. Y. Pradapa, “Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi,” *Progr. Stud. D3 Perhotelan, Progr. Diploma Kepariwisataaan Univ. Stikubank Semarang Abstr.*, vol. XI, pp. 13–23, 2017.
- [3] et al Maramis, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 1658–1667, 2018, doi: 10.35794/emba.v6i3.20411.
- [4] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2007.
- [5] S. Nugroho J, *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007.
- [6] S. Kanuk and D. Suryani, “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo,” *Univ. Muhammadiyah Yogyakarta*, no. 3, pp. 1–22, 2013, [Online]. Available:  
[http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16066/k.Naskah Publikasi.pdf?sequence=11&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16066/k.Naskah%20Publikasi.pdf?sequence=11&isAllowed=y)
- [7] T. Sutisna, & Pawitra, *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- [8] K. L. kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit

Erlangga, 2009.

- [9] M. R. Krasovec, Sandra A. & Klimchuck, *Desain kemasan : perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- [10] T. Putri and L. Bulan, “Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa,” vol. 6, no. 2, pp. 729–739, 2017.
- [11] A. Ath-Thawil, *Syubhat Membuat Galau*. solo: Tinta Medina, 2016.
- [12] “Menetapkan PRES IDEN REPUBLIK INDONESIA”.
- [13] G. Kotler dan Amstrong, “Principles Of Marketing,” 14th Editi., New Jersey: Prentice Hall, 2012.
- [14] G. Kotler dan Armstrong, “Prinsip-Prinsip Pemasaran,” 12th ed., Jakarta: Erlangga, 2008.
- [15] E. Agustina, D. Lie, M. Butarbutar, and N. T. Nainggolan, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar,” *Mak. J. Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 38–49, 2019, doi: 10.37403/maker.v5i1.106.
- [16] F. Tjiptono, “Strategi Pemasaran,” Yogyakarta: Andi, 2008.
- [17] Kotler dan Keller, “Manajemen Pemasaran,” 13th ed., Jakarta: Erlangga, 2009.
- [18] E. C. Ismu, Ramadhan Darwin Lie, Efendi, “pengaruh kualitas produk dan

harga terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu djaimin berdikari kabupaten simalungun,” *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, vol. 3, no. 2, pp. 85–94, 2014.

- [19] F. Tjiptono, “Strategi Pemasaran,” 4th ed., Yogyakarta: Andi, 2015.
- [20] P. Lampengan, J. D. . Massie, and F. Roring, “Pengaruh Motivasi Kepercayaan Dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pengguna Online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT Manado,” *Emba*, vol. 7, no. 4, pp. 5693–5702, 2019.
- [21] I. Doddy, S. Masyithoh, and L. Setiawati, “Analisis overreaction pada harga saham perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia,” *J. Manaj.*, vol. 9, no. 1, p. 31, 2018, doi: 10.29264/jmmn.v9i1.2473.
- [22] N. Nanincova, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro,” *Agora*, vol. 7, no. 2, pp. 1–5, 2019, [Online]. Available: <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734/7880>
- [23] M. M. Yanuar, N. Qomariah, and B. Santoso, “Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember,” *J. Manaj. dan Bisnis Indones.*, vol. 3, no. 1, pp. 61–80, 2017.
- [24] E. Usvela, N. Qomariah, and Y. G. Wibowo, “Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife,” *J. Manaj. Dan Bisnis Indones.*, vol. 5, no. 2, pp. 300–312, 2019.

- [25] Romdhoni et al, “PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SYARIAH HOTEL SOLO,” no. Desember, 2021.