

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity* (4th ed., p. 368). Simon and Schuster.
- Amrulloh, Y., & Dahruji. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Akademika*, 20(2), 136–142. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.23>
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye & E. Widyawaty (eds.); p. 130). Rena Cipta Mandiri.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Arumsari, N. R., & Alifiana, M. A. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Indomie. *Prosiding SNATIF Ke-4 Tahun 2017*, 3(2015), 153–160.
- Astututi, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media* (p. 86). Deepublish.
- Budiono, A. (2020). *pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, promosi, dan Citra Merek Terhadap kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian*.
- Butarbutar, M., Efendi, E., Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.395>
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 75–88. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i2.25267>
- Firmansyah, A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy* (p. 350). Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed., p. 318). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*

(4th ed., p. 240). Universitas Diponegoro.

- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Hair, F. J., Risher, & Sarstedt. (2019). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hendri, A., Ruspitasari, W., & Bukhori, M. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan*. 07. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i2.18939>
- Ika Noerma Ramadhani, & Gustaf Naufan Febrianto. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Tingkat Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Citra Tunas Medika di Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 183–199. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i3.2251>
- Ilpa, S. U., & Lindawati. (2022). Pengaruh Label Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Samyang (Studi Kasus pada Masyarakat Muslim di Kota Padang). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (p. 714). Pearson Education, Limited, 2015.
- Maharani, I. G. A. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung. *Values*, 3(1), 275–285.
- Mangare, I., Wenas, R. S., & Rogi, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sonder Indah*. 11(3), 244–253.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>
- Mulyaputri, V. M. (2021). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9, 91–101.
- Nizamuddin. (2021). *Metodologi Penelitian: Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa* (p. 284). CV. DOTPLUS Publishe.

- Nizar, N., Silalahi, M., Sofiyan, S., & Sinaga, O. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Fast Food Indonesia, Tbk KFC Box Ramayana Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 43–52. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i2.153>
- Nurdin, Sahidillah & Setiani, P. N. C. (2021). Penggunaan Label Halal dan Harga dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Sain Manajemen*, 3(2), 111–122. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Palelu, D., Tumbuan, W., Persepsi, P., & Jorie, R. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan*. 10(1), 68–77.
- Permana. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Barang Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Cracking Chambers Sidoarjo*.
- Prabowo, R. S. (2021). *Pengaruh Label Halal, Bauran Pemasaran, Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Syariah Kota Jakarta Timur*. 1–140.
- Purnama, A., Widowati, & Putri, L. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Lines Coffee Di Ciputat Tangerang Selatan*. 3(1).
- Rahman, S. A. (2022). Preferensi Remaja Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Korea Berbagai Merek Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pertanian Cemara*, 19(2), 61–69. <https://doi.org/10.24929/fp.v19i2.2237>
- Sandala, F., Tumbel, A., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal EMBA: Jurnal ...*, 9(1), 878–886. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32600%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/32600/30821>
- Sandra, S., & Setyabudi, D. (2020). *Hubungan Terpaan Iklan di Televisi dan Kapabilitas Brand Ambassador Dengan Minat Beli pada Produk Mie Sedaap*.
- Setiawan, R. A., Askolan, A., & Pauzy, D. M. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 6(2), 188. <https://doi.org/10.22441/jdm.v6i2.21900>
- Simamarta, H., Revida, E., Kato, I., & Sari, H. (2021). *Manajemen Perilaku*

- Konsumen Dan Loyalitas* (A. Karim & J. Simamarta (eds.); p. 210). Yayasan Kita Menulis.
- Sitorus, S., Romli, N., Tingga, C., & Sukanteri, N. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding* (A. Sudirman (ed.); p. 119). CV. Media Sains Indonesia.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.
- Sri Ernawati, & Iwan Koerniawan. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1185>
- Suardi, D., Defy, A., Simatupang, R., Jamaludin, N., Wulandari, F., & Nur'aeni, P. (2024). The Effect of Service Quality, Product, Price and Halal Label on Customer Satisfaction; a Study At the Coffee Shop Melipir Karawaci, Tangerang Banten. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 1–6. <http://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/bidik/about>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (p. 546). Alfabeta.
- Suhardi, Y., Burda, A., Ridho, A., Zulkarnaini, Z., & Darmawan, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(02), 75–86. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.464>
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi* (p. 426). Andi Offset.
- Sumardy, K. D., Marpaung, N., & Dirbawanto, N. D. (2022). Pengaruh label Halal, Food Quality Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction. 1(1), 39–49.
- Susanti, S., & Mashudi. (2022). Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan terhadap Produk dengan Label Halal. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(2), 146–158. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i2.300>
- Sutedjo, B., & Sari, Y. (2023). Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. 5, 288–297.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivivty*, 3(1), 7–12.
- Washil, M., Afandi, M., & Sumani. (2023). *Pengaruh Pengalaman Konsumen*

Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. 4(2).

Wibowo, D. U., Yulianto, E., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen. 1*, 130–137.

Zeithaml, V., Jaworski, B., & Kohli, A. (2020). *Theories In Use Approach To Building Marketing Theory. 2020*, 774–794.

_____. 2021. *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi; Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. 1-53*