

**PENGARUH HARGA PRODUK, CITRA MEREK DAN CITA
RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KECAP CAP
LARON DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA IBU RUMAH TANGGA DI
KABUPATEN TUBAN**

SKRIPSI

Oleh

NURLAILATUS SAADAH

NIM: 08040320101



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

**PENGARUH HARGA PRODUK, CITRA MEREK DAN CITA
RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KECAP CAP
LARON DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA IBU RUMAH TANGGA DI
KABUPATEN TUBAN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu Manajemen**

Oleh
NURLAILATUS SAADAH
NIM: 08040320101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Nurlailatus Saadah, 08040320101, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 15 Mei 2024



Nurlailatus Saadah

NIM. 08040320101

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 15 Mei 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop followed by a vertical stroke and a horizontal flourish.

Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M

NIP. 196806212007011030

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA PRODUK, CITRA MEREK DAN CITA RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KECAP CAP LARON DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA IBU RUMAH TANGGA DI KABUPATEN TUBAN

oleh
Nurhilatus Sandah
NIM : 08040320101

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 10 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji :

1. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M
NIP. 196806212007011030
(Penguji 1)
2. Muchammad Saifuddin, M.SM
NIP. 198603132019031011
(Penguji 2)
3. Hanafi Adi Putranto, S.Si., S.E., M.Si
NIP. 198209052015031002
(Penguji 3)
4. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 4)

Tanda Tangan :



Surabaya...10...Juni...2024.....



Dr. Samsul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NURLAILATUS SAADAH
NIM : 08040320101
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN
E-mail address : nurlailaaa59@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH HARGA PRODUK, CITRA MEREK DAN CITA RASA TERHADAP

LOYALITAS PELANGGAN KECAP CAP LARON DENGAN KEPUASAN KONSUMEN

SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA IBU RUMAH TANGGA DI KABUPATEN TUBAN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Agustus 2024

Penulis



(Nurlailatus Saadah)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga Produk, Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Kecap Cap Laron Pada Ibu Rumah Tangga di Kabupaten Tuban. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara online dengan menggunakan link gform kepada 370 ibu rumah tangga di Kabupaten Tuban yang pernah melakukan pembelian produk kecap cap laron lebih dari satu kali, dengan teknik *nonprobability* sampling dengan jenis *Purposive Sampling*. Kuesioner diolah menggunakan alat analisis SMARTPLS Versi 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, cita rasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen, citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen dan cita rasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

Maka dengan adanya penelitian ini, sebaiknya pihak perusahaan diharapkan untuk tetap mempertahankan kualitas dan kuantitas serta cita rasa dari produk tersebut serta perusahaan kecap cap laron mulai memasarkan produknya di toko-toko modern, seperti indomaret supaya keloalitan yang dimiliki oleh para pelanggan dapat terus bertahan ditengah banyaknya pesaing.

Kata Kunci : Harga Produk, Citra Merek, Cita Rasa, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Konsumen.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2. Manfaat Praktis	15
BAB	
II	116
LANDASAN TEORI	16
2.1. Perilaku Konsumen.....	16
2.2. Keputusan Pembelian	18
2.3. Harga Produk	19
2.4. Citra Merek	21
2.5. Cita Rasa	24
2.6. Loyalitas Pelanggan.....	27
2.7. Kepuasan Konsumen	30
2.8. Penelitian Terdahulu	34

2.9.	Kerangka Konseptual.....	41
2.10.	Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	42
2.10.1.	Pengaruh Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	42
2.10.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
2.10.3.	Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
2.10.4.	Pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen	45
2.10.5.	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	46
2.10.6.	Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen	47
2.10.7.	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	48
2.10.8.	Pengaruh Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	49
2.10.9.	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	50
2.10.10.	Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	51
BAB III.....	53
METODE PENELITIAN	53
3.1.	Jenis Penelitian	53
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	53
3.3.	Populasi dan Sampel.....	53
3.4.	Variabel Penelitian.....	56
3.5.	Definisi Operasional	56
3.6.	Jenis dan Sumber Data.....	58
3.6.1.	Data Primer	58
3.6.2.	Data Sekunder	59
3.7.	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.8.	Teknik Analisis Data	60
3.8.1	<i>Outer Model</i>	61
3.8.2	<i>Inner Model</i>	62
BAB IV	64
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	64
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	67

4.2.1	Usia Responden.....	68
4.2.2	Alamat Responden	69
4.2.3	Berapa Kali Melakukan Pembelian Produk	70
4.2.4	Pengeluaran Per Bulan	71
4.3.	Hasil Jawaban Responden	72
4.4.	Analisis Model.....	77
4.4.1	<i>Evaluation of Measurement (Outer Model)</i>	77
4.4.2	<i>Evaluation of Structural Model (Inner Model)</i>	86
4.5.	Pembahasan	95
4.5.1	Pengaruh Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	96
4.5.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	98
4.5.3	Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan	100
4.5.4	Pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen	103
4.5.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	105
4.5.6	Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen	106
4.5.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	108
4.5.8	Pengaruh Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	111
4.5.9	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	113
4.5.10	Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen.....	115
BAB V	113
KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1.	Kesimpulan	113
5.2.	Saran	114
LAMPIRAN	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Per Bulan Oktober 2023.....	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Kecap Cap Laron Tahun 2014-2018.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	57
Tabel 4.1 Usia Responden.....	68
Tabel 4.2 Alamat Responden	69
Tabel 4.3 Responden dengan Jumlah Pembelian Produk	70
Tabel 4.4 Responden dengan pengeluaran per bulan.....	71
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Konstruk Harga Produk	72
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Konstruk Citra Merek	73
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Konstruk Cita Rasa	74
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Konstruk Loyalitas Pelanggan	75
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Konstruk Kepuasan Konsumen.....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Konvergen Tahap 1	80
Tabel 4.11 Nilai Average Variance Extracted Tahap 1	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Konvergen Tahap 2.....	82
Tabel 4.13 Nilai AVE (Average Variance Extracted) Tahap 2	83
Tabel 4.14 Nilai Cross Loading	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	85
Tabel 4.16 Hasil Uji R-Square	86
Tabel 4.17 Hasil Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Statistics, P-Values).....	88
Tabel 4.18 Hasil Specific Indirect Effect (Mean, STDEV, T-Statistics, P-Values)	93

DAFTAR GAMBAR

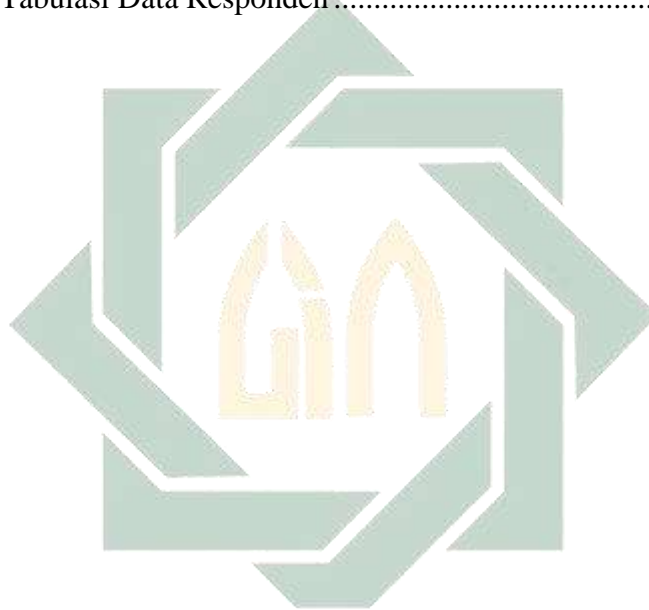
Gambar 1.1 <i>Top Brand Index (TBI)</i> pada Industri Pangan (Kecap Manis) Tahun 2019-2023 (Award, 2022).....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 3. 1 Skala Pengukuran.....	60
Gambar 4.1 Produk Kecap Cap Laron	67
Gambar 4. 2 <i>Model Structural</i>	77
Gambar 4. 3 <i>Output Calculate Algorithm</i> Keseluruhan.....	78
Gambar 4. 4 <i>Output Calculate Algorithm</i> setelah Eliminasi Indikator	79
Gambar 4. 5 Hasil <i>Output Bootstrapping</i>	87



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti	131
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	132
Lampiran 3. Tabulasi Data Pilot Test	138
Lampiran 4. Tabulasi Olah Data Pilot Test.....	139
Lampiran 5. Tabulasi Data Responden.....	140



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Adyas. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Cbr150R Di Cibinong. *Economicus*, 13(1), 80–90. <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i1.167>
- Afiah, R. S. N., Eldine, A., & Sume, S. A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(3), 374. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3890>
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Akbar. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Kampar Bakery Bangkinang). *Jurnal Manajemen*, 18(2), 194–224. <https://doi.org/10.25170/jm.v2i18.1832>
- Alfia. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Alya. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 112–122.

<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/300>

- Amalia. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Andi. (2021). Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4, 27–34.
- Aprileny. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Apriliani. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Madu AG Di Tulungagung. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 65–82.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arif. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Taste Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 1–15.
- Arifin. (2022). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Citra Rasa, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 420–427.
- Aslami. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Asuransi. *Journal of Visions and Ideas*, 1(1), 46–53.
- Asti. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Award, T. B. (2022). *Komparasi Brand Index*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=40&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=ABC&brand2=Cap Bango&brand3=Ikan Lele&brand4=Indofood&brand5=Sedaap
- Azizah. (2020). Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

- dengan Keputusan Pembelian sebagai Intervening Variabel pada Produk KFC Arion Mall. *Jurnal STIE Indonesia*, 1–28.
- Bagus. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Ritel Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(1), 52–61. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v1i1.95>
- Bambang. (2020). Dampak Corona Virus Diseases (Covid 19) Terhadap Perilaku Konsumen Penggemar Kopi Giras di Jawa Timur. *Eco-Entrepreneurship*, 6(1), 34–42.
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20, 141–150. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i1.694>
- Benowati. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(1), 56–70.
- BigGo Indonesia. (2023). *Harga Laron Kecap Terbaru Oktober 2023*. <https://biggo.id/s/laron+kecap/>
- BPS. (n.d.). *Jumlah Nikah, Talak, dan Cerai Menurut Kecamatan Di Kabupaten Tuban, 2019*. <https://tubankab.bps.go.id/dynamictable/2020/06/05/86/jumlah-nikah-talak-dan-cerai-menurut-kecamatan-di-kabupaten-tuban-2019.html>
- Desti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1651–1667.
- Destria. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Waffelio Franchise Di Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 13(3), 243 – 253.
- Dewi. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Belfoods. *Otonomi*, 22(2), 266. <https://doi.org/10.32503/otonomi.v22i2.2898>
- Dilla. (2020). Pengaruh Harga Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas

- Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen General Repair PT Nasmoco Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 599–608. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28922>
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Sophie Martin di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Manajemen*, 1(2).
- Efendi. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ritel. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(1), 21–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v12i1.863>
- Eka. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *J. Mandiri*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.144>
- Elviyani. (2023). *Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Omah Coklat*. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said, Surakarta.
- Erchikka. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Gojek di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1070. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.584>
- Erlin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 244–256. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>
- Faizal. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(2), 307–316. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.271>
- Farisi. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister*

- Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Fatmawati. (2023). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapur Ummu Hisyam (Outlet 04 Jl. Poros Maros - Makassar). *Manuver*, 1 No 3, 292–303.
- Fifin. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Firanazulah. (2021). Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(1), 1–9.
- Fitria. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Ghozali. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Grihani. (2021). The Role of Customer Satisfaction in Mediation the Effect of Customer Relationship Management on Customer Loyalty (Study at Ramayana Bali Department Store Denpasar). *European Journal of Business and Management Research*, 6(6), 235–239. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.6.1096>
- Halimah. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 70–79. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.916>
- Hamzah. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(1), 22–33. <https://doi.org/10.51178/jecs.v3i1.131>
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., , D., Gaffar, V., & Amanah, D. (2019). Service Quality Towards Bank Customer Loyalty (Empirical Study at BNI USU Medan). *European Journal of Business and Management Research*, 4(5), 1–6.

<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2019.4.5.115>

Hariono. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1904>

Harliawan, H., Murjana Yasa, I. G. W., & Dewi, M. H. U. (2017). Pengaruh Kompensasi, Pendidikan Dan Program Kesejahteraan Terhadap Produktivitas Kerja Wartawan Di Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 2697. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i07.p04>

Haryoko, U. B., Delimah Pasaribu, V. L., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>

Haryono. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1), 20–27. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/139>

Hastiar. (2023). *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Program Pascasarjana, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Islam Negeri Yogyakarta.

Hidayat. (2023). *Pengaruh Harga dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Gacoan Purwokerto)*. Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto.

Huda. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 141. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.436>

Indriastuti. (2021). The Importance of Service Experience, Trust, and Satisfaction on Banking Customer Loyalty. *European Journal of Business and*

Management Research, 6(3), 92–98.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.3.864>

Ismail. (2021). *Statistik Ekonomi I* (1st ed.). Zahir Publishing.

Kartika, C., Hidayat, F., & Krinala, E. (2019). Pengaruh Relationship Marketing, Komunikasi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Perilaku Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Vasa Hotel Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 6(02), 1–14.
<https://doi.org/10.30996/jmm17.v6i02.2992>

Khafid, W. (2023). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Dbl Ardiles Pada Klub Bola Basket Bintang Muda Gombong Skripsi*. Program Studi Pendidikan Kepelatihan Olahraga, Jurusan Pendidikan Olahraga, Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Yogyakarta.

Khasbulloh. (2022). Effect of Perceived Risk and Perceived Value on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variables on Bukalapak Users. *European Journal of Business and Management Research*, 7(4), 22–28.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.4.1472>

Kurniawan. (2020). Determinasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>

Leke, R. M., Welsa, H., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Goreng dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 352.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1007>

Lestari, A. B., Musfiana, Ruaida, & Raihani. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh. *Economica Didactica*, 3(2), 8.

Levyda. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 184–193. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.909>

- Mahesa. (2022). *Analisis Kepuasan Konsumen pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau - Pekanbaru*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Manurung. (2021). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ud. Terang Jaya Kisaran. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains* <https://doi.org/https://doi.org/10.36294/mes.v2i2.1886.g1548>
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2703>
- Marisa. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up and Skin Care Pada Generasi Millennial Jakarta. *Maret*, 7(2), 161–170.
- Maulidia. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281–287. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.76>
- Musthofa. (2020). Kualitas Produk dan Harga Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen Pada Rebana NS Di Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 240. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2369>
- Mutiara. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Nabilah, S., Lubis, A., & Tarigan, E. D. S. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aroma Bakery dan Cake Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/10966>

- Nadila. (2024). Analisis Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Minum Teh Dalam Kemasan Siap Minum Merek Teh Botol Sosro Di Kota Bandung. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6, 915–927. <https://doi.org/doi.org/10.31539/jomb.v6i3.8804>
- Nailas. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Cita Rasa Dalam Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Bu Tatik Di Kapongan Kabupaten Situbondo. *1(4)*, 713–728.
- Najmudin. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman “Kirimaja” Yogyakarta. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 61–70.
- Nillasari. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu. 10.
- Nursakinah. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 179–189. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/download/360/49>
- Nuryani, F. T. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Oktadiani. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–21.
- Oktavia. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah). 2507(February), 1–9. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.418>
- Oktaviani, G. (2019). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa PT Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar). In *Universitas Islam Riau*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,

Univeritas Islam Riau, Pekanbaru.

- Patria. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Soto Segeer Hj Fatimah. *Jurnal Ekonom Syariah*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Pawana. (2019). *Analisis Pembelian Kecap Cap Laron Di Pasar Baru Kabupaten Tuban*.
- Pebriantika. (2022). Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Perindustrian, K. (2015). *Menperin: Indonesia Surga Kuliner, Produksi Kecap dan Bumbu Rp 14,3 Triliun*. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/12914/Menperin:-Indonesia-Surga-Kuliner,-Produksi-Kecap-dan-Bumbu-Rp-14,3-Triliun>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 473–474. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Prakoso. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram, Store Atmosphere dan Cita Rasa Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Ayam Geprek Juara di Rawamangun. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 1334–1340.
- Prasasti. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 9(2), 276–288. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.327>
- Rahayu. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5, 2614–3259. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Rahmawati. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Lokasi, Promisi Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mie Ayam Sebatas Ikhtiar Bekasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 226–237.

- <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/5090>
- Ramadhani. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 200–214. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>
- Ramadhoni. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Varian Produk, Harga, Endorser dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Geprek Benu Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 20.
- Rio. (2021). Determinasi Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rizki. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.1023>
- Rohana, T. (2020). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28–32. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Rosyidi. (2023). Analisis Harga, Cita Rasa, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Usaha Wakhid Pentol (Metode Structural Equation Modeling (Sem) – Partial Least Square (Pls)). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol. 16, N(10.46306/jbbe.v16i1), : 2721-7213. 10.46306/jbbe.v16i1.300
- Sa'adah, L., Arisinta, O., & Sholeh, Y. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Bu Rupa di Tanah Merah. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 623. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.502>
- Safitri. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Jasa Online Maxim. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 25.

<https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i1.12780>

- Samsudin. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Kedai Saya Kopi Rawamangun)*. Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
- Saputra. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 395. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.768>
- Saputri. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang. *Journal of Management & Business*, 4(3), 18–26. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>
- Saridewi. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen (Ke-7)*. PrenadaMedia Group.
- Setyani. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Orignal Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 42–53.
- Sinollah. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone. *Journal of Islamic Business and Entrepreneurship*, 1(3), 1–6. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42278>
- Sinta. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kober Mie Setan Kediri. *EBISMEN (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 01(03), 128–142.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (ed.); 3rd ed.). Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sukma. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kantor Notaris Dan Ppat Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn.* 2(2), 119–129.
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Sumarni. (2020). Perilaku Belanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Disaat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Anjun Karawang). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(1), 1–22. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v6i2.1186>
- Sutedjo. (2023). Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Raket Chicken Kaliwungu. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2), 1682–1690. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.5365>
- Suwarsito. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(1), 82. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i1.3978>
- Taufik, A., Santoso, S., Fahmi, M. I., Restuanto, F., & Yamin, S. (2022). The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 68–82. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.68-82>
- Top Brand Award. (2022). *Bagaimana Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand?* <https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>
- Vidi. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.* 8(2), 47–59. <https://doi.org/10.21107/ee.v8i2.17716>

- Widyaningsih. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX(1), 85–94. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Winarko. (2020). *Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19* (D. A. S. Fauji (ed.); p. 282). Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Winata. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 810–822. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1106>
- Wulan. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12286>
- Yolency. (2023). *Tuban Smart City*. <https://tubankab.go.id>
- Yuda. (2020). Analisa Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Jurnal Saisn Manajemen*, 53(9), 1689–1699.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A