

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Amstrong, G, Philip, kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih bahasa Alexalnder Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.*
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar-Dasar, Konsep, dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Industri Makanan dan Minuman Indonesia 2022*. BPS.
- BPS Jawa Timur. (2022). *Profil Ekonomi Provinsi Jawa Timur*. Badan Pusat Statistik Jawa Timur.
- Ghozali, I. (2021). Return On Asset, Intensitas Modal, Tax Avoidance: Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1), 1-13.
- Ghozali, I., Achmad, T., & Pamungkas, I. D. (2019). Determinants of fraudulent financial reporting and whistleblowing system: Applying theory of planned behavior. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 16(1), 393-402.
- Gintinn, & Heryjanto, A. (2023). THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY ON CONSUMER LOYALTY MEDIATED BY CONSUMER SATISFACTION. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 4(11). <http://jiss.publikasiindonesia.id/>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123.
- Harisandi, P. (n.d.). IDEAS: Journal of Management and Technology THE EFFECTS OF PRICE, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AND REPURCHASE (A STUDY CASE ON CUSTOMERS OF WALLS PRODUCTS). *IDEAS: Journal of Management and Technology*, 2(1), 22–33. <http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/IDEAS>
- Harjadi, D., Si, M., & Arraniri, I. S. E. I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. <http://insaniapublishing.com>
- Helga Septianingrum, S., & Fajri, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Karya Dharma*, 2(2).
- Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran*.

- Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI KOTA BOGOR*. 6(3), 2022.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Latan, Ghazali. (2012) *Partial Least Squares: Concept and Application Path Modelling using Program XLSTAT-PLS* Posted:
- Lubake Donut. (2023). *Laporan Internal Penjualan Tahunan*. Dokumen internal Lubake Donut Surabaya (diakses melalui wawancara pemilik, Januari 2023).
- Meithana Indrasari. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Ouwersloot, J., & Tudorica, A. (2001). *Brand personality creation through advertising*.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat i Kualitas Produk dan Harga*.
- Pradana. (2019). *THE EFFECT OF WORD OF MOUTH ON BRAND IMAGE OF A POPULAR INDONESIAN DONUT BRAND*. In *Riset : Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 2).
- Putri Maulidiah, E., & Budiantono, B. (2023). *PENGARUH FASILITAS TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUASAN PELANGGAN*. 2(3).
- Rachman, A., Fatimah, F., Tyas, W. M., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). *ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE*. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 209–223. <https://doi.org/10.31000/combis.v6i2>
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas 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>
- Sugiyono, D. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sunarti, S., et al. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pada UMKM Makanan di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 120–135.
- Sunaryo, I., Prasetyo, R., Hardjomidjojo, P., & Nurdianchah, L. (2019). *EFFECTS OF FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE, ENVIRONMENT,*

AND LOCATION TOWARDS CUSTOMER LOYALTY OF INDONESIA'S LOCAL FAST FOOD INDUSTRY. In *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 14, Issue 3).

Tjahjono, H. K., & Suryani, A. (2019). Analisis Faktor Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Industri Fast Food. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 45–60.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>

Zuswana, A., & Rizaniarti, M. (n.d.). *ELESTE : Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal Vol 2 No 1 Maret 2022 p: ISSN : XXX PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TEPUNG TERIGU SEGITIGA BIRU (STUDI KASUS MASYARAKAT KOTA BANTEN)*. <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/eleste/index>