

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, T., & Setiawati, N. (2023). Persepsi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 97–105.
- Felicia, N. (2020). Studi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) untuk Kategori Produk Food. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(1), 54–59. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6799>
- Fitriani, L., & Nugraha, A. (2020). Peran Memori dalam Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan terhadap Produk Fashion Lokal. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(2), 76–84.
- Fitriani, M., & Wijaya, H. (2023). Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Perubahan Persepsi Konsumen pada Era Disrupsi Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Digital*, 5(1), 33–41.
- Fitriani, S., & Susanto, R. (2023). Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas melalui Persepsi Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Indonesia*, 10(1), 21–29.
- Fitriyani, D., & Wicaksono, A. (2022). Analisis Dimensi Kualitas Produk dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Pemasaran*, 6(1), 30–39.
- Harahap, R., & Dewi, F. (2020). Media Sosial dan Dinamika Persepsi Konsumen Terhadap Brand Lokal. *Jurnal Komunikasi dan Media Sosial*, 4(2), 72–80.
- Harahap, R., & Yuniarti, D. (2020). Komunikasi Pemasaran Digital dan Persepsi Konsumen: Studi pada UMKM di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 5(2), 30–38.
- Hartati, L., & Nugroho, B. (2020). Komunikasi Pemasaran dan Dampaknya terhadap Persepsi Merek. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(1), 44–52.
- Hidayah, N., & Ramadhan, A. (2022). Cognitive Dissonance dan Penyesuaian Persepsi Konsumen Pasca Pembelian. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(3), 44–51.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lestari, D., & Hidayat, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45–53.
- Manil, C. D., & Ramagelar, W. W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i2.40079>
- Nasir, A. (2021). Dalam Maryati, M., & Khoiri, M. (2022). Indikator Kualitas Produk dan Faktor yang Mempengaruhinya. Bee.id. Diakses dari <https://www.bee.id/blog/kualitas-produk/>
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 11(2). <https://doi.org/10.52103/jtk.v11i2.174>
- Nugroho, R. D., & Prasetyo, B. H. (2021). Pengaruh Perhatian dan Sikap terhadap Persepsi Konsumen pada Produk Makanan Organik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 112–120.
- Prasetya, A., & Marlina, T. (2023). Pengaruh Emosi Konsumen terhadap Persepsi Kualitas Layanan. *Jurnal Psikologi Bisnis*, 6(1), 21–28.
- Pratama, R., & Lestari, D. (2021). Dinamika Persepsi Konsumen dalam Menghadapi Perubahan Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pemasaran*, 6(2), 56–65.
- Putra, R. D., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Pengalaman Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Persepsi Merek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 33–41.
- Putri, D. A., & Nugroho, E. (2021). Respons Perusahaan terhadap Keluhan Konsumen dan Dampaknya terhadap Persepsi Merek. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(2), 66–74.
- Ramadhani, M., & Sari, N. (2022). Manajemen Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Konsumen di Industri Fashion Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(3), 84–91.
- Ramadhan, A., & Lestari, S. (2023). Teknologi Produksi dan Dampaknya terhadap Kualitas Produk Industri Manufaktur. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Industri*, 5(2), 55–63.

- Santoso, R., & Rahmawati, L. (2023). Pengaruh Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 88–96.
- Saputra, F. S., & Tuti, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Porte Pizza Cengkareng. *Journal of Economics, Business and Management Issues*, 1(4). <https://doi.org/10.47134/jebmi.v1i4.233>
- Saputra, R., & Lestari, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen E-Commerce. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 61–70.
- Sari, M. R., & Firmansyah, D. (2021). Pengaruh Ekspektasi dan Persepsi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 56–63.
- Sari, M., & Pratama, R. (2022). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Terhadap Kualitas Produk UMKM. *Jurnal Manajemen Industri Kreatif*, 4(1), 12–20.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
- Susanti, N., & Rahmadani, I. (2022). Desain Produk sebagai Penentu Kualitas dan Daya Saing. *Jurnal Desain dan Inovasi Produk*, 4(1), 14–22.
- Utami, S. A., & Handrito, R. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 97–105. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.1.10>
- Wicaksono, D., & Sari, P. (2021). Analisis Data Persepsi Konsumen untuk Perencanaan Strategi Pemasaran Adaptif. *Jurnal Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 22–30.
- Wulandari, F., & Haris, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Persepsi dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 9(1), 45–53.
- Wulandari, S., & Hartono, R. (2022). Interpretasi Konsumen terhadap Iklan Produk di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 14(1), 45–53.

- Yuliana, A., & Hidayat, T. (2021). Peran SDM dalam Menjamin Mutu Produk: Studi Kasus pada Industri Garmen. *Jurnal Sumber Daya Manusia dan Bisnis*, 3(2), 45–52.
- Yuliana, A., & Ramadhan, B. (2022). Persepsi Kualitas Produk dalam Era Digital: Studi Kasus pada Konsumen Milenial. *Jurnal Komunikasi Pemasaran Digital*, 4(2), 22–30.
- Yuliana, N., & Ramadhan, F. (2023). Peran Budaya dan Lingkungan Sosial dalam Pembentukan Persepsi Konsumen terhadap Produk Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Sosial Budaya*, 5(3), 77–85.