DAFTAR PUSTAKA

Akbar, D. Y. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Alma, Buchari. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV Alfabeta. Bandung.

Amruddin, A., Ramadhan, R., & Rahman, H. (2022). Metodologi penelitian: Teori dan aplikasi. Yogyakarta: Deepublish.

Amrullah, M., et al. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.

Amrullah, M., Farida, N., & Mulyo, B. (2017). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15*(2), 45–53.

Arikunto, S. (2021). *Dasar-dasar evaluasi pendidikan* (Edisi 3). Jakarta: Bumi Aksara.

Arinawati. (2021). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.

Assauri, Sofjan. 2007.*Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi),* (Jakarta:PT. Raja Grafindi Persada).

Bakti, S., et al. (2020). Dasar-Dasar Pemasaran. Bandung: Refika Aditama.

Bakti, Y., Ardiansyah, A., & Nugroho, A. (2020). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Bandung: Alfabeta.

Christopher, H. L. (2007). Services marketing: People, technology, strategy (6th ed.). Pearson Education.

Daryanto. (2013). Sari kuliah manajemen pemasaran. Bandung: CV Yrama Widya.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). Consumer Behavior (8th ed.). Orlando: Dryden Press.

Franky Slamet, dkk, (2018), *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik* Edisi Kedua, Jakarta: Indeks

Franky, R., Syarifuddin, & dkk. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, J. (2005). Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. Jakarta: Erlangga.

Gunawan, A. (2022). Manajemen kualitas produk dan jasa. Jakarta: Prenadamedia Group.

Gunawan, A. S. & Hidayat, W. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Huawei. Jurnal Administrasi Bisnis, 73(1), 12–19.

Hadiyuda, H. (2014). Strategi pemasaran: Teori dan aplikasi. Medan: USU Press.

Hadiyuda, N. (2014). Strategi penetapan harga produk. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Halim, I. (2022). Marketing mix (bauran pemasaran).

Haryanti. (2000). Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Hasan, A. (2008). Marketing dan kasus-kasus pilihan. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Hasan, A. (2008). Marketing. Yogyakarta: MedPress.

Hasanah, N., Mutiasari, & Hartati, S. (2021). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kinerja pegawai sekretariat DPRD Kabupaten Cilacap. *Manajemen dan Ekonomi, 4*(1), 53–67.

Jihan, R., & Sirait, P. H. N. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pondok Puyuh Kang Lathif Rambung Merah. Jurnal Manajemen, 15(1), 44–53.

Jogianto, H. M. (2017). *Sistem informasi manajemen*. Yogyakarta: Andi.

Kasali, Rhenald. (2003). *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, P. (2000). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium). Jakarta: Indeks.

Kotler, P. (2013). Marketing Management. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Lovelock, C. (2012). Service Marketing: People, Technology, Strategy. New Jersey: Pearson Education.

Lovelock, C. H. (2007). *Services marketing: People, technology, strategy* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2014). Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Mardiyana, E. (2019). *Kegiatan proses kerja karyawan bagian produksi pada PT. Bangga Teknologi Indonesia (Advan) Kawasan Candi Kota Semarang* [Laporan Kerja Praktek]. Universitas Semarang.

Meutia, I. (2020). *Pengantar manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.

Meutia, M. (2020). Manajemen Kualitas Produk. Jakarta: Kencana.

Misra, I., Wulandari, D., & Rahma, E. (2024). *Manajemen pemasaran: Konsep dan teori*.

Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, *2*(1), 15-26.

Moko, A. (2021). Manajemen mutu produk dan jasa. Surabaya: CV. Pena Persada.

Monroe, K. B. (1990). Pricing: Making Profitable Decisions (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Mujid, & Andrian, F. (2021). Pengantar Bisnis Modern. Jakarta: Prenada Media.

Mujid, A., & Andrian, R. (2021). *Strategi harga dalam bisnis modern*. Jakarta: Salemba Empat.

Mujito, S. E. (2025). *Strategi Pemasaran (Product, Price, Place and Promotion)*. Selat Media.

Nugroho, A. S., & Pramudyo, F. (2019). Strategi pemasaran produk lokal di industri *smartphone* Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 7*(2), 123–132.

Nugroho, B., & Pramudyo, A. (2019). Strategi harga produk *smartphone* lokal Advan. *Jurnal Administrasi Bisnis, 14*(1), 88–96.

Nugroho, Y., & Pramudyo, H. (2019). Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada *smartphone* merek Advan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 21*(1), 45–55.

Nyarmiati, S., & Astuti, D. (2021). Kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(2), 45–56.

Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. New York: McGraw-Hill.

Owusu, R. (dalam Yulianto, A. D. 2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). Consumer Behavior and Marketing Strategy (5th ed.). Boston: McGraw-Hill.

Prasetyo, A. R., & Wahyuni, S. D. (2021). Persepsi masyarakat terhadap produk lokal di era digital. *Jurnal Studi Konsumen, 5*(1), 45–58.

Putri, S. I., Ainurrohmah, S., Riono, S. B., & Syaifulloh, M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Di Warmindo Jayaberkah. *CiDEA Journal*, *2*(2), 139-159.

Radji, D. L. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Efektif Dalam Meningkatkan Penjualan E-Commerce. Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online), 3(2), 1734-1741.

Rahayu, S. (2024). Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, *3*(1), 109-113.

Rahman, F. (2018). Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen. Malang: UMM Press.

Rahman, M. (2018). *Kualitas produk dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan*. Bandung: Alfabeta.

Rahmawati, D., & Sari, M. A. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna *smartphone* lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 4*(2), 100–110.

Republika. (2022, Maret 12). Persepsi konsumen terhadap produk lokal masih perlu ditingkatkan. *Republika Online*. https://www.republika.co.id

Rohaeni, H. (2018). Kepuasan konsumen dalam perspektif pemasaran. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 5(2), 55–64.

Rohaeni, T. (2018). *Manajemen kepuasan pelanggan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Salma, F. (2025). Pengaruh Pemasaran Langsung, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Live Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Generasi Z Pengguna Shopee di Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Andi.

Sari, A. P., & Putra, R. D. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen pada produk lokal. *Jurnal Pemasaran Indonesia, 12*(1), 67–79.

Setiawati. (2021). Analisis pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian, 1*(8), 1581–1590. https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308/261

Sinun, R. (2017). Sistem Informasi Manajemen. Bandung: Alfabeta.

Slznic, P. (dalam Syarifuddin, dkk.). (2022). *Ruang lingkup pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.

Statista. (2023). Number of *smartphone* users in Indonesia 2015–2025. https://www.statista.com/statistics/

Sudijono, A. (2021). *Pengantar statistik pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sudjana. (2008). Metode statistika. Bandung: Tarsito.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumartini, S., Harahap, K. S., & Sthevany, S. (2020). Kajian pengendalian mutu produk tuna loin precooked frozen menggunakan metode skala likert di perusahaan pembekuan tuna. *Aurelia Journal, 2*(1), 29–38.

Sunyoto, D. (2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.

Sutanto, A. (2021). Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk *smartphone* lokal. *Jurnal Riset Pemasaran, 13*(1), 22–29.

Syarifuddin, Silvya L. Mandey, and Willian J. F. A Tumbuan. (2022). *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Istana Agency.

Taufiqurrochman, M., Khristianto, W., & Wahyudi, E. (2024). Implementasi bauran pemasaran pada Kopixel Jember. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, *3*(1), 1-12.

Tjiptono, F. (2001). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa – prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2018). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.

Umar, H. (2011). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.

Vidayanti, C. E. (2022). Prosedur perekrutan dan seleksi karyawan PT. Bangga Teknologi Indonesia di Semarang [Laporan Kerja Praktek, Universitas Semarang]. Repository Universitas Semarang. https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B13B/2018/B.133.18.0140/B.133.18.0140-15-File-Komplit-20220224021132.pdf

Windarti, W. (2017). Pemasaran Modern. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Yulianto, A. D. (2017). *Harga dan persepsi konsumen*. Jakarta: Kencana.

Yulianto, A. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Yunita, A., Wulandari, F. N., & Syafwandi, S. (2024). Analisis tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan situs properti pada Rumah123.com. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 2*(11), 313–333.

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.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). Services Marketing (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.