



DOI: <https://doi.org/10.38035/jimt.v6i3.4148>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan (*Literature Review*)

Rismawati Ramadhania¹, Hapzi Ali², Muhammad Asif Khan³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, rismawatiramadhania207@gmail.com

²Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, hapziali@gmail.com

³Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, batisterasi@yahoo.com

Corresponding Author: rismawatiramadhania207@gmail.com¹

Abstract: Previous research or relevant research is very important in a research or scientific article. This research aims to strengthen theory and explain the relationship or influence between variables. This article reviews the influence of Brand Image, Product Quality and Purchasing Decisions on Customer Satisfaction of Pucuk Harum Tea in Bekasi City. The purpose of writing this marketing management literature review article is to develop a hypothesis that can be used in further research. The results of this literature research show that: 1) Brand Image influences Customer Satisfaction; 2) Product quality influences purchasing decisions; 3) Purchasing decisions influence customer satisfaction.

Keyword: Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions, Customer Satisfaction

Abstrak: Penelitian sebelumnya atau penelitian yang relevan sangat penting dalam sebuah riset atau artikel ilmiah. Penelitian tersebut bertujuan untuk memperkuat teori serta menjelaskan hubungan atau pengaruh antar variabel. Artikel ini mereview pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan Teh Pucuk Harum di Kota Bekasi. Tujuan penulisan artikel tinjauan literatur manajemen pemasaran ini adalah untuk mengembangkan hipotesis yang dapat di gunakan dalam penelitian selanjut nya. Hasil dari penelitian pustaka ini menunjukkan bahwa: 1) Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; 2) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian; 3) Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Dunia usaha turut terdampak oleh kemajuan era globalisasi saat ini, terbukti dengan banyaknya pesaing dan memungkinkan para pelaku usaha untuk menunjukkan ciri khasnya.

Meningkatnya jumlah bisnis yang mempromosikan berbagai kategori produk dengan berbagai nama merupakan bukti persaingan di sektor industri.

Salah satunya sektor yang paling berkembang di Indonesia adalah minuman teh populer yang kami gunakan secara teratur. Banyak orang menikmati dan minum teh karena minumannya yang menyegarkan dan menyehatkan. Bagian atas daun tanaman teh bukanlah satu-satunya daun yang digunakan untuk membuat produk teh; Bunga kacang kupu-kupu dan daun lainnya juga bisa digunakan.

Sebuah perusahaan bernama PT. Mayora Indah Tbk memproduksi teh kemasan siap minum. Pada tanggal 17 Februari 1977, PT. Mayora Indah Tbk didirikan. Organisasi bisnis produk Indonesia yang memiliki fasilitas awal di Tangerang. Usaha ini go public pada tahun 1990. Teh diproduksi oleh PT. Mayora Indah Tbk dengan merek dagang "Teh Pucuk Harum" dan hadir dalam kemasan siap minum.

Berdasarkan laporan Top Brand Index Tahun 2020 ke 2021 mengalami kenaikan dan dari 2021 mengalami penurunan sampai tahun 2024, penurunan penjualan yang terus menurun pada teh pucuk harum.

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, setiap pelanggan mempertimbangkan berbagai kriteria saat membuat pilihan tentang apa yang akan dibeli seperti popularitas produk, harga, dan kualitas. Sebelum memilih untuk membeli, konsumen biasanya menjalankan beberapa yaitu mengidentifikasi masalah, mengumpulkan informasi, mempertimbangkan pilihannya, membuat keputusan dan menunjukkan setelah pembelian (Pramono, 2023)

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
3. Apakah Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?

Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Author	Hasil Penelitian	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	Dasar Hipotesis
1	(Sianipar, 2019)	Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	Persamaan dari jurnal ini adalah variabel Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	Pengolahan pada jurnal ini menggunakan SPSS Sedangkan penulis menggunakan SmartPLS	H1
2	(Saputra & Padmanty, 2023)	Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Persamaan dari jurnal ini adalah variabel Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	Ada beberapa perbedaan dari variabel kepercayaan merek	H1
3	(Ali, 2022)	Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Persamaannya menggunakan SmartPLS Menggunakan metode kuantitatif Variabel yang sama yaitu kualitas produk	Ada beberapa perbedaan variabel yaitu model citra merek, harga, Objek (bear brand)	H2

4	(Yulistria et al., 2023)	Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	Persamaan variabel kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan	Pengolahan pada jurnal ini menggunakan SPSS Sedangkan penulis menggunakan SmartPLS	H2
5	(Firdauzia & Yunus, 2022)	Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Pengelola pada jurnal ini sama dengan penulis menggunakan smartPLS	Perbedaan variabel Keputusan Pembelian Intervening	H3
6	(Adriansyah & Saputri, 2020)	Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	Pengelola pada jurnal ini sama dengan penulis menggunakan smartPLS	Objek yang berbeda (Go-Food)	H3

METODE

Artikel ilmiah Pendekatan ini memanfaatkan literatur dan teknik kuantitatif (Library Research). Meninjau hipotesis dan korelasi antar variabel dari berbagai sumber, seperti buku dan jurnal, baik cetak di perpustakaan maupun online melalui Mendeley, Google Scholar, dan sumber lainnya, merupakan bagian dari metode ini.

Dalam penelitian kuantitatif, pengukuran, komputasi, rumus, dan kepastian data numerik digunakan dalam perencanaan, prosedur, pengembangan hipotesis, metode, analisis data, dan pengambilan kesimpulan (Charismana et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut pembahasan artikel tinjauan pustaka pada konsentrasi Manajemen Pemasaran ini, yang didasarkan pada kajian teoritis dan penelitian terkait sebelumnya:

1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Citra Merek maka yang harus dilakukan oleh pihak manajemen adalah: 1.) Citra Perusahaan (*Corporate Image*) 2.) Citra Pemakai (*User Image*) 3.) Citra Produk (*Product Image*)

Apabila manajemen dapat mengoptimalkan akan berdampak pada kepuasan pelanggan: 1.) Kesesuaian. 2.) Kemudahan Memperoleh. 3.) Pengalaman Masalalu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh (Hadita & Komariah, 2024), (Siregar, 2020), serta (Fahmi, 2021), yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk, maka harus dilakukan oleh pihak manajemen adalah: 1.) Ciri – Ciri Produk 2.) Kesesuai dengan Spesifikasi 3.) Ketahanan 4.) Keandalan 5.) Desain.

Apabila melukan hal tersebut , maka akan berdampak pada Kepuasan Pelanggan: 1.) Kesesuaian. 2.) Kemudahan Memperoleh. 3.) Pengalaman Masalalu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh (Sholikhah & Hadita, 2023), (Yulistria et al., 2023) serta (Mahira1* et al., 2021) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

3. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan

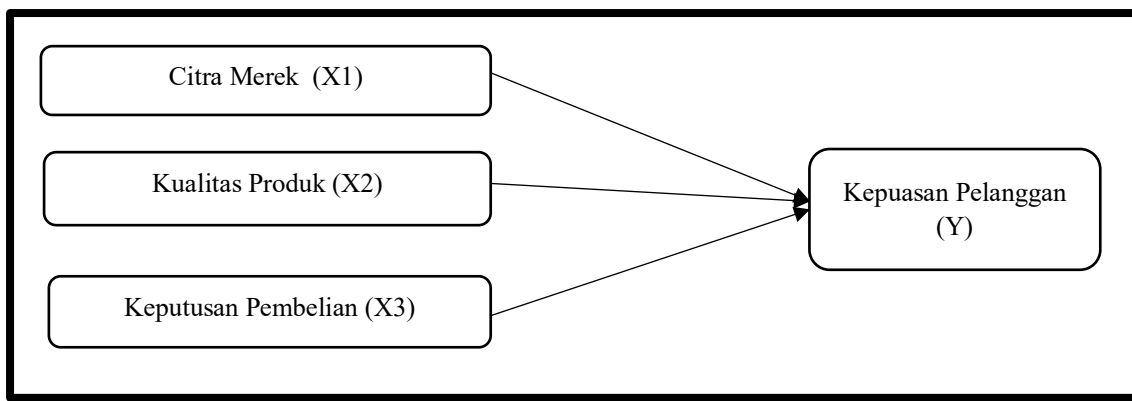
Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian, manajemen perusahaan perlu: 1.) Menghimpun Informasi 2.) Menyesuaikan Kebutuhan 3.) Prioritas yang akan dibeli 4.) Kepuasan Konsumen

Apabila melakukan hal tersebut, maka akan berdampak pada Kepuasan Pelanggan: 1.) Kesesuaian Harapan 2.) Kemudahan Memperoleh 3.) Pengalaman Masalah. Merekomendasikan: pelanggan merasa puas, dan akan membeli kembali.

Hasil penelitian ini keputusan pembelian pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini tersebut dapat terjadi karena konsumen yang merasakan puas dan menunjukkan bahwa keputusan yang tepat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Sejalan dengan temuan (Rafqi Ilhamalimy & Mahaputra, 2021), (Suryana et al., 2023)

Conceptual Framework

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian terdahulu yang relevan dan hasil penelitian serta pembahasan di atas, maka kerangka konseptual dirumuskan seperti gambar 1.



Gambar 1. Conceptual Framework

Citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan semuanya tergambar dalam kerangka konseptual di atas, berdasarkan gambar di atas. Ada banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain tiga faktor exogen lainnya. mempengaruhi di antara nya:

1. Harga : (Ichsan & Nasution, 2022), (Ali, 2022), (Gunawan & Ali, 2023), (Pratama & Ali, 2022), (Anugrah, Purwanto, Suyoto, 2022)
2. Kualitas Pelayanan : (Ali & Dwikotjo, 2022), (Hapziali, 2024), (Syeha Rahmawati & Dwikotjo Sri Sumantyo, 2023).
3. Keberagaman Produk : (Wardhani & Dwijayanti, 2021), (Capriati, 2023), (Jaya & Gumanti, 2023), (Yulianti & Baehaqi, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan perumusan masalah dan hasil masalah serta pembahasan artikel ini, hipotesis dapat dirumuskan untuk penelitian yang lebih lanjut:

1. Citra Merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan
2. Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Keputusan Pembelian Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

REFERENSI

Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Go-Food di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*

- (*JEMI*), 3(3), 123–128
- Ali, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Intervening (Studi Pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(11), 3392–3411. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.979>
- Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Ali, H., & Dwikotjo, F. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591
- Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 181–194. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Ali, H., Octavia, A., & Saputra, F. (2024). Determinasi Kepuasan Author dan Citra Merek: Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk pada Jurnal Ilmu Multidisiplin Greenation Publisher. *Jurnal Greenation Sosial Dan ...*, 2(2), 51–63. <https://greenationpublisher.org/JGSP/article/view/60%0Ahttps://greenationpublisher.org/JGSP/article/download/60/43>
- Ali, H., & Sawitri, N. N. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc pada Generasi Z Melalui Minat Beli di E-Commerce Shopee. 2(3), 162–175
- Angela, M. (2021). *Rumah Di Golden City Residence Kota Batam*
- Anugrah, Purwanto, Suyoto, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 1–17
- Budi, N. A., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan, Suasana Toko dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Aluna Home Spa Semarang). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2288–2298. <https://doi.org/10.36778/jesy.v5i2>
- Bunga Pertiwi, A., & Ali, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.63>
- Capriati, Z. F. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Di Koperasi Visiana Bakti Tvri Jakarta. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 170–177. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.631>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan Pkn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>
- Fahmi, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 565–

572. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.565>
- Firdauzia, M. N., & Yunus, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Indihome Di Kabupaten Pacitan. *Soetomo Business Review*, 3(3), 444–458
- Firmansyah, D., & Ali, H. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tekno Sport di Bumi Sani Kabupaten Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 1(1), 16–30. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1.80>
- Gunawan, I., & Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.114>
- Hadita, H., & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Go-Food pada Aplikasi Go-Jek (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara). 2(2), 174–183. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1531>
- Halimi, N., Hafidzi, A. H., & Nursaidah, N. (2023). Pengaruh Fanatisme, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Lippo Plaza Mall Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(2), 183. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i2.2669>
- Hapziali, M. A. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi. 2(3), 2727–2735
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281–1288. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629>
- Indriyani, S., Yusda, D. D., Yusda, D. D., Helmita, H., & Helmita, H. (2023). Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Benu Lampung. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 8(1), 59–67. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v8i1.2131>
- Irvana, N., & Ali, H. (2024). Pengaruh Brand Image , Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan terhadap Repurchase Intention pada Kota XYZ. 2(2), 88–101
- Jaya, I., & Gumanti, M. (2023). Analisis Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Darsa Fruits Chips. *ECo-Fin*, 5(3), 289–294. <https://doi.org/10.32877/ef.v5i3.984>
- Luthfiah, N. L., Takwim, I., & Dzulfiqar, I. (2023). Peran Citra Merek, Store Atmosphere dan Word Of Mouth dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1145–1157. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6008>
- Mahira1*, Hadi2, P., & Nastiti3, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Navanti, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Bank KB Bukopin MT Haryono Jakarta. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 152–166. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3484>
- Pramono, S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Bale Agung Pemasang. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(1), 90–106.

- <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.322>
- Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi* ..., 3(5), 469–478. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>
- Rafqi Ilhamalimy, R., & Mahaputra, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>
- Saputra, D. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 395. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.768>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (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>
- Sianipar, G. J. . (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19, 183–196. <https://doi.org/10.54367/jmb.v19i2.576>
- Siaputra, H. (2020). Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan Dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79–87. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.2.79-87>
- Siregar, M. K. S. (2020). Pengaruh Citra Merk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 1(2), 111–118. <https://doi.org/10.34012/jebim.v1i2.906>
- Suryana, P., Fauziah, R., & Purnami, B. Y. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Pelanggan Sariayu Di Indramayu). *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 121–134. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i1.308>
- Syeha Rahmawati, N., & Dwikotjo Sri Sumantyo, F. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Lazada di Wilayah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 1(1), 40–53. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1.82>
- Usna Astuti, M. G. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Dimsum Berkah Magetan). *Jurnal Cita Ekonomika*, 17(1), 133–142. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v17i1.6844>
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169>
- Yulianti, L., & Baehaqi, M. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pusaka Indah Swalayan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(1), 94–105. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i1.436>
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13–22. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i1.13980>