DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.

Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction. *Marketing Science*, 12(2), 125–143. https://doi.org/10.1287/mksc.12.2.125

Apriyani, D. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1–7.

Bolton, R. N. (1998). A dynamic model of the duration of the customer's relationship. *Marketing Science*, 17(1), 45–65. https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.45

Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing service quality. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334

Caruana, A. (2002). Service loyalty: The effects of service quality. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828. https://doi.org/10.1108/03090560210430818

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. https://doi.org/10.1177/002224299205600304

David, F. R. (2017). *Strategic management: Concepts and cases* (16th ed.). Pearson Education.

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113. https://doi.org/10.1177/0092070394222001

Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer. *Journal of Marketing*, 56(1), 6–21. https://doi.org/10.1177/002224299205600103

Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* (ed. 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, J. (2015). *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Erlangga.

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44. https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784

Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market orientation and organizational performance. *Journal of Marketing*, 62(4), 30–45. https://doi.org/10.1177/002224299806200404

Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*, 72(2), 164–174.

Hidayat, R. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 150–162.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic management: Concepts: Competitiveness and globalization* (12th ed.). Cengage Learning.

Holbrook, M. B. (1994). The nature of customer value. Dalam R. T. Rust & R. L. Oliver (Ed.), *Service quality: New directions in theory and practice* (hlm. 21–71). SAGE Publications.

Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning. *Journal of Marketing*, 62(3), 42–54. https://doi.org/10.1177/002224299806200303

Jones, T. O., & Sasser, W. E. (1995). Why satisfied customers defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88–99.

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

Kusuma, A. (2017). Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 15–25.

Kusuma, A., & Hidayat, K. (2017). Analisis loyalitas pelanggan dalam perspektif pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 15–25.

Lam, S. Y., Shankar, V., Erramilli, M. K., & Murthy, B. (2004). Customer value and loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(3), 293–311. https://doi.org/10.1177/0092070304263330

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 98–107.

Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADequity Jurnal Manajemen*, 1(2), 118–127.

Marlina, P. E., & Susanto. (2022). Mengungkap keberlangsungan warung makan Nasi Pindang Pak Ndut dalam mempertahankan usahanya selama 51 tahun. *Solusi*, 20(3), 220–229. https://doi.org/10.26623/slsi.v20i3.5172

Mittal, V., & Kamakura, W. A. (2001). Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior. *Journal of Marketing Research*, 38(1), 131–142. https://doi.org/10.1509/jmkr.38.1.131.18832

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1), 33–44. https://doi.org/10.1177/00222429990634s105

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61–78.

Prakoso, B., & Sugiharto, S. (2017). Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 57–65.

Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79–91.

Pramono, B. (2020). Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen restoran. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 3(2), 77–88.

Pramono, B., & Setyawan, A. (2020). Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen restoran. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 77–88.

Prasetyo, A., & Wibowo, S. (2019). Analisis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 33–44.

Prianta, P. A., & Sulistyawati, A. (2023). Cita rasa kuliner generasi Z Bali untuk menyukseskan program pariwisata budaya berkelanjutan. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(2), 113–131.

Putra, I. G. N. A., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran inovasi dalam meningkatkan daya saing usaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1234–1248.

Ramadhan, F. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1), 55–66.

Ramadhan, F., & Santoso, B. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1), 55–66.

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105–111.

Riyadi, S. (2017). Analisis strategi bisnis dalam meningkatkan daya saing usaha kecil menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia*, 2(1), 45–56.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Saputra, R., & Arifin, Z. (2018). Loyalitas pelanggan dalam perspektif pemasaran modern. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(2), 120–130.

Sari, D. P. (2021). Strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 120–130.

Sari, N. L. P. (2019). Analisis strategi pemasaran usaha kuliner tradisional. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2001–2015.

Sari, N. L. P., & Yasa, N. N. K. (2019). Strategi pemasaran usaha kuliner tradisional dalam meningkatkan daya saing. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 2001–2015.

Setiawan, H. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–10.

Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170. https://doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8

Soegoto, A. S. (2020). Persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 1271–1283.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.

Sutrisno, E. (2020). Inovasi produk dan dampaknya terhadap perkembangan usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 89–100.

Syabillah, A. S., Harahap, A. A., Setiawan, A. K., & Zainarti. (2026). Strategi bertahan UMKM kue di tengah persaingan kuliner modern. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 4(1), 18–26. https://doi.org/10.58192/wawasan.v4i1.4022

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi Offset.

Umar, H. (2018). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Rajawali Pers.

Utami, C. W. (2018). Analisis kepuasan pelanggan pada usaha kuliner. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 101–110.

Utami, F. I. D., Sakhiyyuddin, M. M., Nadhiroh, I., & Syaniyah, R. (2026). Rebranding kuliner tradisional sebagai strategi penguatan identitas UMKM desa di kawasan industri. *BroadComm*, 8(1), 14–28.

Wahyuni, S. (2019). Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 45–60.

Wahyuni, S., & Sara, I. M. (2020). Inovasi produk dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 45–58.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability* (15th ed.). Pearson.

Wibowo, A. (2019). Kepuasan konsumen sebagai faktor utama dalam keberhasilan usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 67–78.

Wibowo, A., & Saputra, D. (2019). Kepuasan konsumen sebagai faktor utama loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(2), 67–78.

Woodruff, R. B. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139–153. https://doi.org/10.1007/BF02894350

Yi, Y. (1990). A critical review of consumer satisfaction. Dalam V. A. Zeithaml (Ed.), *Review of marketing* (hlm. 68–123). American Marketing Association.

Yudistira, A., Fadilah, N., Alpauji, R., Zuniar, S. R., & Turyandi, I. (2026). Analisis pengaruh kualitas produk dan harga Nasi Jamblang terhadap kepuasan konsumen. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 5(2), 373–394. https://doi.org/10.58192/populer.v5i2.4998

Yuliana, D. (2021). Strategi inovasi produk pada usaha kuliner lokal. *Jurnal*

Ekonomi Kreatif, 6(1), 45–55.

Yuliana, D., & Rahmawati, I. (2021). Strategi inovasi produk pada usaha kuliner lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 45–55.

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/10.1177/022242988052003O2

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. https://doi.org/10.1177/022242996060002O3

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON