

## DAFTAR PUSTAKA

- Affiudin, F., dan Lisa Sulistyawati. 2019. Analisa Peningkatan Kualitas pada Pelayanan Jasa PT. Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain In Customer Value (PGCV). *Jurnal Bisnis Indonesia*. Vol. 10 No. 2, Hal. 238-251.
- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Pelayanan dengan Indeks Kepuasan Konsumen, Metode Importance Performance Analysis (IPA), dan Model Kano*. BPFE. Yogyakarta.
- Alifah, N. *et al.* 2020. Metode SERVQUAL, Kuadran IPA, dan Indeks PGCV untuk Menganalisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit X. *Jurnal Statistika*. Vol. 1 (2).
- Almega. 2006. *Bagaimana Lampu Toko dapat Mempengaruhi Konsumen*. <http://analisawarna.com/2019/03/24/bagaimana-lampu-toko-dapat-mempengaruhi-konsumen/>. Diakses tanggal. 24 Maret 2023.
- Ansori, M. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press. Surabaya.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aritonang, Lerbin. 2005. *Kepuasan Pelanggan: Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Azwar, S. 2013. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Data Ekspor Buah-Buahan Indonesia Tahun 2012-2021*. BPS. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2022. *Data Produksi Buah di Indonesi*. BPS. Jakarta.
- Debbie, C. 2010. Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Hypermarket Menggunakan Metode PGCV (Potential Gain in Customer Value) Indeks. *Skripsi*. Fakultas Teknik, Universitas Indonesia, Depok.
- Depkes RI. 2009. *Klasifikasi Umur Menurut Kategori*. Ditjen Yankes. Jakarta.
- Elaine, Meilita. 2022. *Pandemi Tingkatkan Konsumsi Buah Masyarakat Indonesia*. <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2022/pandemi-tingkatkan-konsumsi-buah-masyarakat-indonesia/>. Diakses pada tanggal 13 Oktober 2022.

- Eliza, Sayamar, E., & Kaswita, C. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah di Pasar Arengka (Pasar Tradisional) dan Giant Hypermarket (Pasar Modern) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*. Vol. 2(1).
- Engel, *et al.* 2000. *Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid I*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Perilaku Konsumen, Jilid Satu*. Penerbit Binarupa Akasara. Jakarta.
- Hartono, Budi dan Agata EdriaYuwono, 2007. *Analisa Pengaruh Physical Evidence Restoran Toko Oen Malang yang Bernuansa Kuno terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. <http://dewey.petra.ac.id/catalog/lib.php>. Diakses tanggal 25 Maret 2023.
- Hom, Willard. 1997. *Make Customer Service Analysis a Little Easier With the PGCV Index*. Quality Progress. New York. Hal 89-93.
- Hurlock, E. B. 2006. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga. Jakarta.
- Hussain, Riaz & Ali, Mazhar. 2015. Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 7 (2).
- Ihwan, Andi. 2008. Analisis Kepuasan Konsumen Buah-buahan Segar di Swalayan Surya Indah. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Kementrian Kesehatan RI. 2018. Manfaat Buah bagi Kesehatan Tubuh. <https://p2ptm.kemkes.go.id/>. Diakses pada tanggal 18 Mei 2023.
- Kementrian Pertanian. 2020. *Statistik Konsumsi Pangan 2020*. [www.pertanian.go.id](http://www.pertanian.go.id). Diakses pada tanggal 3 Februari 2022.
- \_\_\_\_\_. 2022. *Jokowi: Tingkatkan Konsumsi Buah Lokal untuk Kesejahteraan Petani*. <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=4887>. Diakses pada tanggal 19 Juni 2022.
- Kotler, P. & Amstrong. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Prenhalindo. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas*. PT INDEKS. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*. PT INDEKS. Jakarta.

- \_\_\_\_\_. 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. PT Indeks. Jakarta.
- Kuhar, A., & Juvancic, L. (2010). What Determines Purchasing Behaviour for Organic and Integrated Fruits and Vegetables. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*. Vol. 16(2), 111–122.
- Lahengko, M. *et al.* 2022. Strategi Bauran Pemasaran Pada Pelaku Usaha Mikro di Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa. *Jurnal. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*. Vol. 3 (3)
- Lisarini, Endah & Ningtyas. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sweetberry Agrowisata Cipanas. *Jurnal Agrosience*. Vol. 4 (2).
- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Kewirausahaan : Metode, Manajemen, dan Implementasi*. BPF. Yogyakarta.
- Marković, S., & Janković, S.R., 2013. Exploring The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in Croatian Hotel Industry. *Tourism and Hospitality Management Journal*. Vol. 19(2), 149-164.
- Martilla, J. A. and James, J.C. 1977. Importance-Performance Analysis. *The Journal of Marketing*. Vol. 1(1), pp. 77-79.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran. Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. Bandung.
- Nafillah, I. 2004. Determinan Kepuasan Konsumen dalam pembelian Buah Segar pada Toko Fress-E di Kota Depok. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. Analisis Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Journal*. Repository UNHAS. Makassar.
- Nasution. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif Naturalistik*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Permen PAN & RB No. 14 Tahun 2017. *Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik*.
- Pratiwi, Ita Wahyu. 2018. Implementasi Importance Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan Malang. *Jurnal*. Universitas Brawijaya. Malang.

- Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media. Sosial*. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Saeed, Samiee and Suthawan Chirapanda. 2019. International Marketing. Strategy in Emerging-Market Exporting Firms. *Journal*. Vol. 27 (2).
- Sengkey, Angelo Kanisio, *et al.* 2022. Analisis Kualitas Layanan, Hotel Atmosphere dan Kepuasan Pengunjung pada Hotel Heine Manado Menggunakan Importance Performance Analysis. *Jurnal EMBA*. Vol. 10 (1).
- Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia. Pustaka Utama. Jakarta.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah. Dipahami*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Cet.Pertama (Ed. Kedua)*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Riset Pemasaran Dan Consume*. PT Penerbit IPB Press. Bogor.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Bineka Cipta. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suprihatini dan Wikan Budi, U. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*. Vol. 13 (1).
- Suroto, Adi. 2015. *Gap Analysis (Analisa Kesenjangan)*. Universitas Binus. Jakarta.
- Syukri, A. 2014. Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis GAP Pada Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. Vol. 13(2), 103– 111.

- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2007. *Service, Quality & Satisfaction. Edisi ke-2*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, H. 2003. *Metode Riset perilaku Konsumen Jasa*. Penerbit Ghalia. Jakarta.
- Wardana. 2017. Potensi Dan Strategis Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Pesisir Barat. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Wardika, P. *et al.* 2018. Analisis Kepuasan Konsumen dalam Membeli Buah-buahan Segar di Moena Fresh Bali. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. Universitas Udayana. Vol.7 (2).
- Widiyanto, N. 2016. Sikap, Preferensi, dan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Buah Apel (Kasus: Kota Malang dan Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur). *Tesis*. Institut Pertanian Bogor. Jawa Barat.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. 2018. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-commerce Model Business to Customer. *Jurnal Informatika Upgris*. Vol.4(1), 38–45.
- Wisnu. 2023. GAP Analysis: Pengertian, Manfaat, Jenis, Cara hingga Alatnya. <https://myrobin.id/untuk-bisnis/gap-analysis/>. Diakses tanggal 13 Mei 2023.
- Yusuf, Ade. 2021. The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*. Vol. 2(1), 472–481.
- Zulaeha, Ratna. 2006. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Sayur dan Buah pada Siswa SMA Negeri 103 Jakarta tahun 2006. *Karya Ilmiah*. Politeknik Kesehatan Jakarta II Departemen Kesehatan. Jakarta.