

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P (2018) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Toeri, Konsep, dan Indikator)* Riau: Zanafa Publishing
- Arikunto, S. 2018. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2018.
- Asti, Eka Giovana dan Eka Avianti Ayuningtyas. 2020. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*. Vol. 01 No. 01.
- 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.
- Dedy & Alfandi. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sari Ater *Hot Springs Resort Ciater* Jurnal Sains Matua, 4 (1) 802 – 813
- Dwidienawati, et al. (2020), Ulasan pelanggan atau dukungan influencer: mana yang lebih memengaruhi niat beli?. *Heliyon* 6, 2020.
- Febrini, I. Y., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35– 54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Gajjar, D., Sharma, V., Garg, S., & Davis, D. (2024). Mengevaluasi Dampak Wilayah, Musim dan Suhu Terhadap Kepuasan Pelanggan Proyek Pelapisan Konstruksi. *Jurnal Pendidikan dan Penelitian Manajemen Fasilitas* , 7 (1), 1-17.
- Gani, A., & Oroh, J. (2021). Role of service quality, price, and firm image on customer satisfaction in Philippine accounting firms. *Journal of*

- Research in Financial Markets*, 9(4), 97-105. <https://www.mdpi.com>
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika : Teori, Konsep dan Aplikasi Dengan IBM SPSS*
24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N, and Porter, Dawn C. (2016) “*Basic Econometrics*” 5th
Alfabeta
- Hasti Oktafian & Corry Yohana & Basrah Saidan. (2021). Pengaruh Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction E-Wallet X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2, 562–576.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Khalid, Tengku Mahesa (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan *Jurnal Hisbah*, 2(1)
- Kotler dan Keller, (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta
- Kotler, P and Keller, K L. (2020). *Marketing Management Global Edition*. 15th edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managment*. New Jersey: Prentice Hall
- Kristina, A., & Widyaningrum, A. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Maharani. (2020). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Coffee 19 Café (2020). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 465–493.
<http://www.jurnal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1539>
- Ma, Q., Eliwa, M., & Hanaysha, J. (2022). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in China? Perceived

- price, service quality, and physical environment quality. *Foods*, 11(2), 112-124. <https://www.mdpi.com>
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Musnaini, M., Ariesti Anggraeni, W., Sampe, F., Alfonsius, A., Setiawan, R., Susilawati, W., & Listiawati, L. (2023). manajemen pemasaran.
- Nurdiansyah, Haris dan Robbi Saepul Rahman. 2019. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281-287.
- Prasetia, I. A., & Suwitho, S. (2022b). Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Prasilowati, M., & Setyowati, S. (2021). The influence of price perception and service quality on customer satisfaction. *International Journal of Business and Management Review*, 9(3), 45-58. <https://www.hrpub.org>
- Sinaga et al., (2020). Manajemen Kinerja dalam Organisasi. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis. <https://books.google.co.id/books?id=0kX8DwAAQBAJ>
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta

- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawawn, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STI Ekonomi*, 2022,31.02: 31-41
- Swarjana, I. K., & SKM, M. P. H. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Terry, G.R. dan Rue, L.W. (2019). Dasar-Dasar Manajemen (Edisi Revisi). Alih bahasa G.A. Ticoalu. Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : An
- Tonce, Yosef dan Rangga, Y., D., P., 2022. Minat dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus), Cetakan Pertama, Jawa Barat : CV. Adanu Abimata
- Wijayanti, A. S., Rahmawati, S., & Hidayat, A. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Layanan pada PT XYZ. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 34-45.