

DAFTAR PUSTAKA

- Aferi, D. A., Susanta, H., & Budiarmo, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Pengguna Go-Jek Di Kota Semarang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 13, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Afifah, A., & Zuhdi, S. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Grab Teknologi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1276>
- Amir, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt . Genius Alva Makassar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 515–526.
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau. *Pengaruh Promosi(Ronal Aprianto)*, 02(01), 41–63.
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Stei Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Aprilia, M., & Pantro Sukma, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1).
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/Ekomabis.V1i01.2>
- Belch, G. E., & Belch, M. (2021). *Advertising And Promotion. An Integrated Marketing Communication Perspective*. <https://www.researchgate.net/publication/46966230>
- Billy, L. R., & Herwin. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 2(3), 381–390.
- Boimau, H., & Bessie, J. L. D. (2021). *Boimau And Bessie/ Journal Of Management (Sme's) Vol. 14, No.2, 2021, P169-187. 14(2), 169–187*.
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/Sjmb.V17i2.6868>
- Butarbutar, M., Efendi, E., Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207. <https://doi.org/10.37403/Mjm.V7i2.395>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan Pkn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/Jbti.V9i2.18333>
- Chendrawewi, R., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud). *Diponegoro Jpurnal Of Management*, 4.

- Daryanto, A., & Setyobudi, T. (2021). *Manajemen Pemasaran Modern*. . Gava Media.
- Deali, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Lius Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Stie*, 1–12.
- Dwi, N., Novitasari, D., Yuwono, T., & Masduki. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Buana Informatika Cbi*, 6(1), 037–043. <https://doi.org/10.53918/Jbicbi.V6i1.48>
- Fitrianto, H., & Wikaningtyas, S. U. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matapisau Barbershop Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(4), 1189–1209. <https://doi.org/10.32477/Jrabi.V3i4.850>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)*, 1, 37–44.
- Grönroos, C. (2021). *Service Management And Marketing: Managing The Service Profit Logic* (5th Ed.). Wiley.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Edition). Pearson Prentice Hall.
- Hakim Muthi, L., & Andyan Pradipta Utama. (2023). The Effect Of Price, Brand Image And Promotion On Easy Shopping Customer Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction. *Dinasti International Journal Of Management Science*, 4(4), 613–626. <https://doi.org/10.31933/Dijms.V4i4.1668>
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen.

- Journal Of Business And Banking*, 10(1), 91.
<https://doi.org/10.14414/jbb.V10i1.2261>
- Hanim, N. Li., Sunaryo, H., & Athia, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan. *E - Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Hasan, M., & Putri, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Transportasi Online Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 145–158.
- Indra, D., Regita, & Purba, J. T. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan, Harga Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Bagi Kaum Millenial. *Journal Of Accounting & Management Innovation*, 3(1), 14–35.
- Indrayani, K. D. (2022). *Pengaruh Suasana Toko , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sparepart T Pada Edie Arta Grosir Cabang Bungkulan Di Kota Singaraja. 2018*.
- Jangko, R., Hineho, R., Maruwae, A., Panigoro, M., Mahmud, M., & Dama, M. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Journal Of Economic And Business Education*, 1(1), 86–95. <https://doi.org/10.37479/Jebe.V1i1.18684>
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024a). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500.
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1421>
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500.
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1421>
- Jumheri, S., & Paludi, S. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Kepuasan Tamu Hotel. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 20(02), 231–244.
<https://doi.org/10.25134/Equi.V20i02.7793>

- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V07.I11.P06>
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/Jmwe.V17i4.5096>
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarif, F. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman*.
- Khairunnisa, T., & Fajri, A. (N.D.). *Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Pemediasi Promosi Sosial Media Dan Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen*. 13(September 2024), 429–434.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing* (18th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. , H. (2020). *Principles Of Marketing* (Eight European). Uk : Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Indeks.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-Mind (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/J-Mind.V6i1.4870>
- Leonardo, & Ricky, E. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Library Bina Nusantara*.
- Lesnussa, Y. R. A., Mao, T. Y., Lin, C. W., & Shih, C. H. (2021). The Effect Of Service Quality, Price And Promotion On Customer Satisfaction In Pegipegi.Com. *2021 Ieee International Conference On Social Sciences And Intelligent Management, Ssim 2021*. <https://doi.org/10.1109/Ssim49526.2021.9555193>

- Lestari, A. A., & Aprileny, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Pada Kedai Camp Survivor, Bogor)*.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2020). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th Ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa* (4th Ed.). Salemba Empat.
- Malinta, A., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Q Di Kota Gorontalo. *Jambura*, 7(1). [Http://Ejurnal.Ung.Ac.Id/Index.Php/Jimb](http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jimb)
- Mari Ci, A., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *Jurnal Ilmu: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 3.
- Monroe, K. B. (2020). *Pricing : Making Profitable Decisions*. Mcgraw-Hill Pub. Co.
- Muhrim, N. S. (2022). *Pengaruh Minat Beli Produk Kosmetik Pond ' S Terhadap Daya Beli Masyarakat*. 2, 50–65.
- Mutia, M., & Soliha, E. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cliq Plus Semarang. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(5), 6073–6084.
- Nabilah, R., & Arifatunisa, N. D. (2024). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Transportasi Online [Grab]*. 08(01), 1–13.
- Nadya, N., Mirella, R., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman, M. (2022). *Faktor Yang Mempengaruhi : Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian : Kualitas Produk , Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran)*. 3(1), 350–363.
- Naidah, & Rohani. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Pln (Persero) Rayon Selayar. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 96–105.
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal Of Student Research*, 1(1), 394–403. [Https://Doi.Org/10.55606/Jsr.V1i1.1067](https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067)

- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213–226.
- Nisfu Kharista, R., & Hadisuwarno, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Di Mr. Keen Laundry. *J-Ceki : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 458–470. <https://doi.org/10.56799/Jceki.V2i6.1775>
- Nizam Ulul Azmy, & Yustina Chrismardani. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Gemilang: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 224–236. <https://doi.org/10.56910/Gemilang.V4i1.1034>
- Noor, A. (2022). *Manajemen Pemasaran* (Issue April).
- Novanda, A. P., & Tarigan, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Park Hotel Cawang Jakarta. *Jurnal Panorama*, 17(2), 1–11.
- Nurhalimah, N., & Nurhayati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Saung Manglid. P - Issn : 2503-4413 E - Issn : 2654-5837, Hal 1 - 5. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 6, No. 2 September 2019, 6(2), 1–5.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer* (2nd Ed.). Routledge.
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Pelayanan, P. K., & Promosi, D. A. N. (2022). *Adanya Teknologi Informasi Saat Ini Memudahkan Para Pengguna Smartphone Untuk Mengakses Dan Memanfaatkan Teknologi Dan Aplikasi Yang Ada . Para Ilmuan Teknologi Menciptakan Beberapa Aplikasi Untuk Memudahkan Masyarakat Dalam Memenuhi Kebutuhan Sehari-Hari*. 1(1), 61–84.
- Permana, R. T., & Aisyah, N. (2022). Persepsi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 33–41.

- Prasetyo, A., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Transportasi Online. *Jurnal Manajemen & Pemasaran Jasa*, 14(2), 211–224.
- Prianggoro, N. F., & Sitio, A. (2020). Effect Of Service Quality And Promotion On Purchase Decisions And Their Implications On Customer Satisfaction. *International Journal Of Engineering Technologies And Management Research*, 6(6), 51–62. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.V6.I6.2019.393>
- Rahmawati, R., & Sulisty, B. (2022). Strategi Promosi Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi Grab. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 5(1), 87–95.
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529.
- Riyanto, V., & Tunjungsari, H. K. (2020). *Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pembelian Pengguna Jasa Mrt Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi*.
- Rizky Hidayah, N., Nugraha, A., & Ibrohim. (2024). “Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt Electronic City Cabang Pamulang.” *Indonesia Journal Economics, Finance, Business, And Management*, 01(03), 2–10.
- Ronsumbre, Y. K., & Telagawathi, N. L. S. (2022). Pengaruh Promosi Dan E-Servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Tahun 2019). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 17–23.
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(2), 161–174.
- Sahal, M., & Rocky, Moho Putra. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi , Universitas Jakarta) The Influence Of Academic Service Quality On Student Satisfaction (Case Study On Students Of The Faculty Of Admi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 12–16.

- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 290–302. <https://doi.org/10.32795/Widyaamrita.V1i1.1176>
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1), 30–44. <https://doi.org/10.47313/Oikonomia.V15i1.642>
- Sari, N., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 2022. <https://doi.org/10.46306/Vls.V3i2.218>
- Setiawan, D. A. I., Dr. Drs. Riyadi, M. S. I., & Mufarrohah, Se. , Msa. , A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Atria Malang*. 10(1), 1–12.
- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2017). Effects Of Service Quality, Customer Trust And Corporate Image On Customer Satisfaction And Loyalty: An Assessment Of Travel Agencies Customer In South Sumatra Indonesia. *International Journal Of Scientific And Technology Research*, 6(4), 152–158.
- Setiawan, R. A., Askolan, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen Erigo Official Shop Shopee.Co.Id Di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (Jdm)*, 6(2), 188. <https://doi.org/10.22441/Jdm.V6i2.21900>
- Sianipar, G. J. M. (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>
- Sodik, F. Z., & Nuridin, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Garam Beryodium “Kapal Terbang” Di Pasar Jonggol, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 22(1). <https://doi.org/10.35137/Jei.V22i1.529>

- Solihin, D., & Ahyani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(1), 77–88.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv. Alfabeta.
- Suharyono, S., & Mifta Elfahmi. (2021). The Effect Of Product Quality, Price Perception And Promotion On Customer Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty Of Pt Makmur Jaya Agro Pesticides. *Open Access Indonesia Journal Of Social Sciences*, 4(1), 157–172. <https://doi.org/10.37275/Oaijss.V4i1.42>
- Sujarweni, V. W. (2019). *Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi Dan Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Surianto, K. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta. *Prosiding Sendi_U 2019*, 345–358.
- Surianto, K. N., & Istriani, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta*.
- Syafira, B., & Sukmawati, N. (2021). *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*.
- Syarifah, N. A., Hasanudin, C., & Marzuki, I. (2023). *Pemanfaatan Aplikasi Instagram Sebagai Media Promosi Kampus*. 2(April), 16–21.
- Syariful, M., & Untung, S. (2020). Effect Of Service Quality And Product Quality On Customer. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 4(1), 204–211.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2023). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Cv Andi Offset.

- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2022.35970>
- Wicaksono, D. A., Laksanawati, T. A., & Ningsih, D. B. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Pak Miad Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang. *Value*, 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.36490/Value.V2i2.220>
- Widiatmika, I. K., & Dnyani, N. K. S. (2022). Hubungan Antara Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Transportasi Daring. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 55–66.
- Yusuf, A., & Sari, M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pada Layanan Ojek Online. *Jurnal Manajemen & Bisnis Indonesia*, 6(2), 115–122.
- 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/10.1177/002224298805200302>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm* (8th Ed.). Mcgraw-Hill Education.