

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. N., Gunawan, R., & Ismartaya. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(7), 2229–2244.
- Antara, I. M. R. S., & Rastini, N. M. (2022). The Influence of Brand Image, Sales Promotion and Quality of Service on Customer Satisfaction Car Rental Service. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 223–226. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1273>
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal Emas*, 3(3), 217–230.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (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>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6762–6781.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Cetakan Pertama*. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Efendi, A. N., & Mubarak, A. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Resep dari Amih di Pasar Kita Pamulang Tangerang Selatan. 4(2), 182–194.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal*

- Wawasan Manajemen*, 7(1), 17–32. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Fauziah, S., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Marketplace Lazada Di Kota Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(4), 2481–2490. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2659>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Fieldren, G., & Megawati. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Salon Kecantikan Ali Tattoo Sulam Di Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 5(2), 176–183. <https://doi.org/10.35957/prmm.v5i2.7771>
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216–230. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (Cetakan IX)*. Semarang : Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta : BPFE.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Hasan, A. (2016). *Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Herdioko, J., & Luwiska, V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Tekstil Mac Mohan, Solo. *JRMB*, 15(2), 97–103. <https://doi.org/10.46964/eksis.v19i01.387>
- Hermawan, Y., Maylani, D., & Mulyana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 641–652. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.1256>
- Hudaya, A., Djumarno, D., & Djubaedah, S. (2021). The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction That Implications on

- Repurchase Interest. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(1), 150–160. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i1.990>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan Cetakan Pertama*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jasin, M., Sesunan, Y. S., Aisyah, M., Fatimah, C. E. A., & Azra, F. E. A. (2023). SMEs repurchase intention and customer satisfaction: Investigating the role of utilitarian value and service quality. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(2), 673–682. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.1.013>
- Juliana, Pramezwary, A., Djakasaputra, A., & Tarigan, S. A. (2022). *Dasar Dasar Pemasaran Cetakan 1*. Jawa Tengah : PT Nasya Expanding Management.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktek*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Keni, K., & Wilson, N. (2021). The Role of Consumers' Perceived Risk and Sales Promotion Towards Consumers' Intention to Visit in the Fast-Food Restaurant Sector During the Current COVID-19 Pandemic. *Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)*, 174, 10–17. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210507.002>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Harris, L. C. (2020). *Principles of marketing (8th ed)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2010). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ketiga*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management. 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kusumawati, D., & Saifudin. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia di Jawa Tengah*. 6(01), 1–13.
- Limbongan, M. E., & Paranduk, N. R. (2022). The Effect of Location, Product Innovation, and Service Quality on Consumer Satisfaction (A Case Study on Café Maballo). *Proceeding of The International Conference on Economics and Business*, 1(2), 51–58. <https://doi.org/10.55606/iceb.v1i2.112>
- Loo, P., & Kristina. (2022). *Pengaruh kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju*

- Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68–78.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi. Edisi 3*. Jakarta. 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), 138–142. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Mardjani, B. D., Lapian, S. L. H. V. J., & Mangantar, M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online (Studi Kasus Gojek Dan Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 942–952. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46658>
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Toi Ade. *Jurnal Ekononomi*, 7(2), 113–125. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Mendoza, E. C. (2021). a Study of Online Customers Repurchase Intention Using the 4Rs of Marketing Framework. *International Review of Management and Marketing*, 11(2), 1–10. <https://doi.org/10.32479/irmm.11009>
- Mirella, N. N. R., Nurlela, R., Erviana, H., & Farrel, M. H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Mulyapradana, A., & Lazulfa, A. I. (2018). Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT . BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganseha Medan*, 1, 14–24. <https://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/juripol/article/download/86/51>
- Najib, R. G., Dewi, R. S., & Suryoko, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Lazada di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 347–358. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34731>
- Ningsih, M. W., Handoko, B., & Putra, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Pada Mahasiswa UnHar Pelanggan Marketplace Online). *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi*

Kewirausahaan (JAMEK), 2(3), 143–160.
<https://doi.org/10.47065/jamek.v2i3.324>

- Nurazizah, D., Yusuf, R., & Nurhasan, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Top Nine Travel di Kota Garut. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 5(1), 13–22.
- Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 64–75.
<https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.126>
- Pattaray, A., Aini, W., Ratmaja, L., & Sri Wahyuni, E. (2021). Analisis Kebutuhan Wisatawan Penyandang Disabilitas Terhadap Ketermpilan Pramuwisata Di Lombok. *Media Bina Ilmiah*, 15(12), 5937–5950.
<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Promosi e-commerce terhadap Kepuasan Konsumen Shopee*. 1(1), 27–39.
- Pratama, A., & Kusumastuti, R. (2024). The Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction Of Gojek Users. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 6(1), 98–111. <https://doi.org/10.46799/ar.v8i5.372>
- Purba, E., Damanik, D., & Damanik, P. (2023). Pengaruh Dana Bagi Hasil Dan Dana Alokasi Umum Terhadap Belanja Daerah Kota Pematang Siantar. *Jurnal KAFEBIS*, 1(1), 49–58. <https://doi.org/10.51622/kafebis.v1i1.1973>
- Putra, H. S., Wartiningsih, E., Anggraeni, A. P., Sofa, N., Firdaus, R. Z., & Latianingsih, N. (2024). The Influence of Price Perception and Service Quality on Customer Satisfaction of Maxim Application. *Buletin Poltanesa*, 25(2), 195–201.
- Rachmawati, A., Mulyati, A., & Nasution, U. C. M. (2024). Pengaruh Brand Image, Trust Dan Sales Promotion Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Klinik Kecantikan Athena Surabaya. *Journal of Economic and Economic Policy*, 1(3), 20–28. <https://doi.org/10.61796/ijecep.v1i3.28>
- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 1–16.
- Rahmawati, I., & Tuti, M. (2022). *Pengaruh kualitas produk, promosi, dan persepsi*

harga terhadap kepuasan pelanggan the koffee jakarta. 25(1), 69–80.

- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1–14.
- Ritonga, R. A., & Risal, T. (2023). *Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama)*. 2(1), 73–91.
- Ritonga, R. A., Sarkum, S., & Elvina, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Keamanan Layanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tik Tok Shop Di Rantauprapat. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 1767–1780. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.7673>
- Ruhamah, N., Hadi, M., & Evelina, T. Y. (2024). The influence of product quality and service quality on customer satisfaction at marsalia embroidery in Malang City. *Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues*, 3(4), 1093–1110. <https://doi.org/10.46799/jss.v5i3.843>
- Sa'adah, L., & Munir, A. F. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Cetakan Pertama*. Jombang LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan customer experience terhadap kepuasan pelanggan sofyan frozen. *Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470–478.
- Salsabila, I., & Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Nibras House Maxi Jombang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 113–122. <https://doi.org/10.59024/jise.v1i4.336>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saputra, M. R., Widiyanti, M., Shihab, M. S., & Maulana, A. (2024). The influence of service quality, price perception, and product quality from pt kereta api Indonesia (persero) on customer satisfaction at pt bukit asam, tbk. *International Journal of Social Service and Research*, 4(10), 1–6. <https://doi.org/10.30587/innovation.v5i1.7789>
- Sari, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Tokopedia di Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1438–1448.

<https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i6.1139>

- Sidharta, S. M., Adityo, D. B., Iqbal, P. M., & D, W. G. (2020). Customer Loyalty Analysis on Online Food Delivery Services. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 4003–4013. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.1690>
- Sihombing, I. K., & Dewi, I. S. (2019). *Pemasaran dan Manajemen Pasar*. Yogyakarta: Deepublish.
- Silva, C. M. R. Da, Khalid Kasim Moenardy, MM, S. b, & Lucio Ximenes, L.Ec, M. (2023). The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Satisfaction Customers. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 2(12), 352–389. <https://doi.org/10.56982/dream.v2i12.184>
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 662–675. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.218>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Cetakan 19). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (konsep, Strategi, dan Kasus)*. PT Buku Seru, Jakarta.
- Surianto, K. N., & Istriani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta. *Prosiding SENDI_U 2019*, 345–358.
- Swastha, B. (2015). *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta : Anggota Ikatan Penerbit Indonesia(IKAPI).
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.

Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Utami, C. W. (2008). *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Malang : Publishing Bayumedia.

Widyawati, & Ratmono. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Taqwa Mulya Batanghari Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(1), 87–103. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i1.1033>

Wood, I. (2009). *Layanan Pelanggan : cara praktis, murah, dan inspiratif memuaskan pelanggan anda. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.