

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. M. Indrasari, PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. Unitomo Press, 2019.
- [2] Fajar Tri Hermawan, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi,” *STIE Indones.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2020.
- [3] W. Budiman and Christine, “Analisis Pengaruh Marketing Mix ( 7P ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi pada House of Moo, Semarang ),” *Ind. Eng. Online J.*, vol. 6, no. 1, p. 8, 2017.
- [4] P. K. Produk, P. H. Dan, K. Pelayanan, T. Kepuasan, and P. Di, “Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di cillo coffee,” vol. 3, pp. 662–675, 2023.
- [5] M. R. Oscar and R. Arifiansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Padang Sederhana Cakung,” vol. 10, no. 1, pp. 1–13, 2023.
- [6] H. Santika and K. Gading, “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , dan Persepsi Harga,” vol. 1, no. 4, pp. 931–946, 2022.
- [7] Tjiptono, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Penumpang Shuttle PO . Sumber Alam Jurusan Semarang-Cilacap ) Disusun Oleh : Eka Dewi Setyaningriani,” *Diponegoro J. Soc. Polit. Sci.*, pp. 1–7, 2017.
- [8] A. Boyatzis, “Pemasaran,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 7–12, 2018.
- [9] Mutaqin, “beberapa metode dalam mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut : 1. Sistem keluhan dan saran. Setiap pemasar yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat,” p. 62, 2018.
- [10] Kotler et al, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan peserta,” *J. Ekon.*, vol. XX, no. Xx, pp. 1–5, 2020.
- [11] L. O. M. Tauha, “Pengaruh Kualitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pemanduan Pt Bias Delta,” p. 79, 2018.
- [12] A. Kester S. Ong, J. D. German, P. C. Dangaran, J. Jethro B. Paz, and R. Roniel G. Macatangay, “Service quality and customer satisfaction analysis among motorcycle taxi transportation in the Philippines through SERVQUAL dimensions and social exchange theory,” *Case Stud. Transp. Policy*, vol. 15, no. November 2023, p. 101139, 2024, doi: 10.1016/j.cstp.2023.101139.
- [13] R. Agarwal and S. Dhingra, “Factors influencing cloud service quality and their relationship with customer satisfaction and loyalty,” *Heliyon*, vol. 9, no. 4, p. e15177, 2023, doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e15177.
- [14] J. R. Balinado, Y. T. Prasetyo, M. N. Young, S. F. Persada, B. A. Miraja, and A. A. N. Perwira Redi, “The effect of service quality on customer satisfaction in an automotive after-sales service,” *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, vol. 7, no. 2, p. 116, 2021, doi: 10.3390/joitmc7020116.
- [15] N. Slack, G. Singh, and S. Sharma, “The effect of supermarket service

- quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions,” *Int. J. Qual. Serv. Sci.*, vol. 12, no. 3, pp. 297–318, 2020, doi: 10.1108/IJQSS-10-2019-0114.
- [16] D. Erica Maryati Manik, P. Gultom, and Y. Br Sebayang, “The Effect Of Facilities And Trust On Customer Satisfaction In The Use Of Digital Facilities At Pt. Bank Central Asia Tbk Kcu Asia Branch,” *Enrich. J. Manag.*, vol. 12, no. 2, pp. 2465–2468, 2022.
- [17] M. Sitorus and C. Syahla, “The Effect Of Price Perception And Personal Selling On Car Purchase Decisions At PT Arista Jaya Lestari – Wuling Jayakarta,” 2022. doi: 10.52330/jtm.v20i2.68.
- [18] Sugiyono, *metode penelitian bisnis*. alfabeta, 2017.
- [19] A. Muhson, “Analisis Statistik Dengan SmartPLS,” *Univ. Negeri Yogyakarta*, pp. 1–34, 2022.
- [20] A. M. Sholichah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi,” *Skripsi*, p. 90, 2021.
- [21] Syahrir, Danial, E. Ulinda, and M. Yusuf, *Aplikasi Metode SEM-PLS*. 2020.