

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. et Al, *Challenges of Social Sciences, Education, and Technology For Achieving Sustainable Development Goals (SDGS), Jilid II*. Media Sains Indonesia, 2022.
- [2] T. Yosef, *MINAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : TINJAUAN MELALUI PERSEPSI HARGA & KUALITAS PRODUK (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.
- [3] Y. Ruyatnasih, *Pengantar Manajemen: Teori, Fungsi dan Kasus*. Absolute Media, 2018.
- [4] M. Butarbutar, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [5] D. F. A. Firmansyah, *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish, 2019.
- [6] P. Dewi, *Pemasaran Jasa*. Deepublish, 2021.
- [7] I. Z. Adhari, *KEPUASAN PELANGGAN & PENCAPAIAN BRAND TRUST*. CV. Penerbit Qiara Media, 2021.
- [8] A. Firatmadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Journal of Business Studies*, vol. 2, no. 2, pp. 2443–3837, 2017.
- [9] I. M. A. Juniantara and T. G. R. Sukawati, “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 7, no. 11, p. 5955, 2018, doi: 10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06.
- [10] D. G. A. Adnyana and N. W. S. Suprapti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 7, no. 11, p. 6041, 2018, doi: 10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09.
- [11] L. Harjati and Y. Venesia, “Lewis dan Booms (1983) dalam F. Tjiptono dan G. Chandra (2011:180) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuh,” *E-Journal WIDYA Ekonomika*, vol. 1, no. 1, pp. 64–74, 2015.
- [12] D. A. Pamela Montung, Jantje Sepang, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran

- Kawan Baru,” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, vol. 15, no. 5, pp. 678–689, 2015.
- [13] D. R. G. Palelu, W. J. F. T. Tumbuan, and R. J. Jorie, “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang,” *Emba*, vol. 10, no. 1, pp. 68–77, 2022.
- [14] E. Suriyanto, Ketmi Novrin; Istriani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta,” *Prosiding SENDI -U 2019*, pp. 345–358, 2019.
- [15] J. Herdioko and V. L. W, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, vol. 15, no. 2, p. 97, 2021, doi: 10.21460/jrmb.2020.152.385.
- [16] M. D. Prasetyo, S. Susanto, and B. D. Maharani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 9, no. 1, pp. 17–26, 2021, doi: 10.37641/jimkes.v9i1.427.
- [17] S. Maharani, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut,” *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, vol. 2, no. 1, pp. 10–22, 2020, doi: 10.51804/iej.v2i1.548.
- [18] A. Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish, 2018.
- [19] Sugiyono, *Metode Penelitian kualitatif & kuantitatif & RND*. Bandung: alfabeta, 2017.
- [20] A. Ramadhayanti, *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Elex media komputindo, 2019.
- [21] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*, 9th ed. Semarang, 2018.
- [22] Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan ke. Jakarta: Prendamedia Group, 2020.