

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Oktarini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang,” *J. Sekr. Univ. Pamulang*, vol. 6, no. 2, p. 10, 2019, doi: 10.32493/skr.v6i2.3305.
- [2] I. Sitinjak, “Pengaruh Kewajaran Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online (Go-Ride) Pt Gojek Indonesia (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan),” *J. Ilm. Simantek*, vol. 2, no. 1, pp. 50–63, 2018.
- [3] T. B. G. Egziabher and S. Edwards, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar),” *Africa’s potential Ecol. Intensif. Agric.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013, [Online]. Available: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>.
- [4] A. L. Gaol and K. S. Hidayat, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen,” *J. Adm. Bisnis (JAB)|Vol. 38 No. 1 Sept. 2016*, vol. 38, no. 1, pp. 125–132, 2016.
- [5] L. I. Sintya, M. M. Karuntu, U. Sam, and R. Manado, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI GO-JEK ONLINE PADA MAHASISWA FEB UNSRAT MANADO THE INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF GO-JEK ONLINE TRANSPORTATION SERVICES IN STUDENT FEB,” vol. 6, no. 3, pp. 1778–1787.
- [6] B. Handoko, “Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan,” *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 18, no. 1, pp. 61–72, 2017, doi: 10.30596/jimb.v18i1.1098.
- [7] A. Yulianingsih and B. Suryawardani, “Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018 ) the Influence of Experiential Marketing and Brand Awareness on Purchase Decision ( Case Study At Nexa Hotel Bandung in 2018 ),” vol. 4, no. 2, pp. 370–377, 2018.
- [8] H. N. Warasto, “ANALISA PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur),” *J. SeMaRaK*, vol. 1, no. 1, pp. 1–12, 2018, doi: 10.32493/smk.v1i1.1243.y2018.
- [9] C. ALFABETA, *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. Bandung: Prof.Dr.H. Buchari Alma, 2019.
- [10] S. L. Va, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematang Siantar ,” vol. 3, no. 1, p. 3, 2018, [Online]. Available: <http://dspace.lib.niigata-u.ac.jp/dspace/bitstream/10191/47523/2/h28ndk382.pdf>.

- [11] A. Purwanto, "Bab II Kajian Pustaka Gastropoda," *J. Pendidik.*, vol. 84, no. 5, pp. 487–492, 2018, [Online]. Available: <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>.
- [12] M. Rusidi, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada," *J. Stud. Manaj. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 49–54, 2019.
- [13] P. Bauran *et al.*, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Tridjaya Mulia Sukses," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 5, no. 3, pp. 3078–3087, 2017, doi: 10.35794/emba.v5i3.17356.
- [14] A. Sudarso, *MANAJEMEN PEMASARAN JASA PERHOTELAN*. YOGYAKARTA: DEEPUBLISH, 2016.
- [15] M. Nugraha, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen," *Ilm. Ekon. Masa Kin*, vol. 11, no. 02, pp. 97–102, 2020.
- [16] M. Scharfstein and Gaurf, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Di Kota Batam," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.
- [17] V. W. Rini, A. Pujiastuti, F. Ekonomi, U. Panca, and M. Probolinggo, "Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada koperasi suka maju kabupaten probolinggo," *Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan Konsum. pada Kop. suka maju kabupaten probolinggo*, vol. 5, no. September, pp. 22–28, 2017.
- [18] T. Purba, P. S. Manajemen, and U. P. Batam, "Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 8, no. 1, pp. 1987–1996, 2020, doi: 10.35794/emba.v8i1.28051.
- [19] A. S. Lubis and N. R. Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam," *J. Appl. Bus. Adm.*, vol. 1, no. 2, pp. 232–243, 2018, doi: 10.30871/jaba.v1i2.619.
- [20] Tjiptono; Chandra; Gregorius Ferry, *SERVICE; QUALITY & SATISFACTION. edisi ke-3*. YOGYAKARTA: ANDI, 2011.
- [21] H. Jimmy, *PENGANTAR ILMU EKONOMI*. YOGYAKARTA: DEEPUBLISH, 2010.
- [22] Prof.Dr.H. Buchari Alma, *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. Bandung: ALFABETA, 2019.
- [23] P. Lokasi, P. Dan, P. Harga, and T. Keputusan, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 7, no. 1, 2019, doi: 10.35794/emba.v7i1.22916.
- [24] P. E. Arini and I. B. Sudiksa, "Peran Persepsi Harga Dalam Memediasi Brand Image Terhadap Niat Beli Konsumen," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 8, no. 3, p. 1665,

- 2018, doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p18.
- [25] S. G. Tulangow, T. M. Tumbel, and O. F. C. Walangitan, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 3, p. 35, 2019, doi: 10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43.
- [26] P. Zaki. Fadil, Utama, *TEKNIK MARKETING ITU MUDAH; PERENCANAAN MARKETING STRATEGIS UNTUK MENGRURUS BISNIS. Cetakan-1. YOGYAKARTA: SECOND HOPE*, 2015.
- [27] Riyono and Gigih Erlik Budiharja, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua,” *J. Stie Semarang*, vol. 8, no. 2, pp. 92–121, 2016.
- [28] M. Rizqillah and P. H. Kurniawan, “Pengaruh promosi , kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi Snobby di kota Batam,” *J. Ilim. Core It*, no. x, pp. 95–106, 2019.
- [29] I. Panjaitan, “Pengaruh Pelayanan dan Harga pada Go-Jek terhadap Kepuasan Konsumen dengan Minat sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta),” *Media Stud. Ekon.*, vol. 19, no. 2, pp. 43–55, 2016, [Online]. Available: <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MSE/article/viewFile/561/343>.
- [30] R. . R. Suparyanto, *MANAJEMEN PEMASARAN*. BOGOR: IN MEDIA, 2015.
- [31] Sudaryono, *MANAJEMEN PEMASARAN*. YOGYAKARTA: CV. ANDI OFFSET, 2016.
- [32] A. Hasan, *MARKETING DAN KASUS-KASUS PILIHAN*. JAKARTA: PT. INDEKS, 2014.
- [33] S. Rizal, “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Kaitannya Dengan Kesetiaan Merek pada Produk Kesehatan K-Link di Kota Banda Aceh,” *J. EMT KITA*, vol. 3, no. 2, p. 85, 2019, doi: 10.35870/emt.v3i2.112.
- [34] H. Irawan, *10 PRINSIP KEPUASAN PELANGGAN*. JAKARTA: PT. ELEK MEDIA KOMPUTINDO, 2010.
- [35] S. Solikha and I. Suprpta, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. GO-JEK),” *J. Ekobis Ekon. Bisnis Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 67–81, 2020, doi: 10.37932/j.e.v10i1.91.
- [36] D. G. A. Adnyana and N. W. S. Suprpti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar,” *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 7, no. 11, p. 6041, 2018, doi: 10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09.
- [37] M. A. Roselina and A. Niati, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang,” *Solusi*, vol. 17, no. 3, pp. 221–234, 2019, doi: 10.26623/slsi.v17i3.1636.



- [38] G. J. . Sianipar, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [39] C. Papyayanti, “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online Go-Jek (Studi Pada Pelanggan Di Kota Yogyakarta),” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2017, [Online]. Available: file:///C:/Users/dedi/Desktop/SKRIPSI PEMASARAN/JURNAL/HP,P,KP-KK.pdf.
- [40] A. Fauzi, K. Sarlo, K. Kenny, J. Hutagaol, and M. A. Samvara, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsa Tour and Travel,” *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 2, no. 2, pp. 278–391, 2019, doi: 10.36778/jesya.v2i2.112.
- [41] F. F. Ismail and D. Sudarmadi, “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada,” *J. Akuntansi, Audit dan Sist. Inf. Akunt.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–13, 2019.
- [42] D. Yulius, “Metode Penelitian,” *Evolution*, pp. 1–14, 2008, [Online]. Available: [http://digilib.unila.ac.id/2100/9/BAB III.pdf](http://digilib.unila.ac.id/2100/9/BAB%20III.pdf).
- [43] Angela A, “Pengaruh Hedonic Values dan Utilitarian Values Pada Kepuasan Konsumen dan Behavioural Intentions Pada Restoran Fast Food Di Surabaya,” *N. Engl. J. Med.*, vol. 372, no. 2, pp. 2499–2508, 2018.
- [44] D. Susanti and N. Nurdiana, “Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan Mahasiswa,” *JSiI (Jurnal Sist. Informasi)*, vol. 5, no. 2, pp. 38–43, 2018, doi: 10.30656/jsii.v5i2.774.
- [45] F. Ekonomi, J. Manajemen, and U. S. Ratulangi, “Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 7, no. 1, pp. 671–680, 2019, doi: 10.35794/emba.v7i1.22478.
- [46] S. Bulkia, “KEPUASAN MAHASISWA Sri Bulkia Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin PENDAHULUAN Perguruan tinggi swasta merupakan salah satu alternatif untuk menghadapi fenomena meningkatnya permintaan masyarakat terhadap kebutuhan pendidika,” *J. Ilm. Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 49–58, 2018.
- [47] E. Purnomo and E. S. Suhendra, “Analisis masa kerja dan promosi terhadap kinerja karyawan BPJS Ketenagakerjaan,” *J. Nusant. Apl. Manaj. Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 32–43, 2020, doi: 10.29407/nusamba.v5i1.13801.
- [48] S. K. Dewi and A. Sudaryanto, “Validitas dan reliabilitas kuisisioner pengetahuan , sikap dan perilaku,” *Progr. Stud. Keperawatan, Univ. Muhammadiyah Surakarta*, pp. 73–79, 2020.
- [49] N. P. L. Ernawatiningsih, “Analisis Determinan Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Berwirausaha,” *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, p. 34, 2019, doi: 10.38043/jimb.v4i1.2157.

- [50] S. Prabandari and S. P. Kefarmasian, “Jurnal Para Pemikir Volume 7 Nomor 1 Januari 2018 Jurnal Para Pemikir Volume 7 Nomor 1 Januari 2018 Kehadiran Apoteker,” vol. 7, no. Dm, pp. 202–208, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/parapemikir/article/view/751>.
- [51] Ni Putu Lisa Ernawatiningsih, “ANALISIS DETERMINAN MINAT MAHASISWA AKUNTANSI DALAM BERWIRAUSAHA,” *Univ. MAHASARASWATI DENPASAR*, 2019.

