

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D. G. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Gojek di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 6041–6069. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p9>
- Adriyanto, A. T., & Fauzi, M. F. (2021). Pengaruh kualitas layanan, produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan counter handphone. *Solusi*, 21(3), 56–65. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7049>
- Anggraeni, A. P., Wartiningsih, E., & Sofa, N. (2024). Pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim di Kota Depok. *JAProf: Jurnal Administrasi Profesional*, 05(02), 78–87. <https://doi.org/10.32722/jap.v5i2.7001>
- Apriyani, A., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survei pada konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(2), 148–156.
- Ariyani, F., & Kurniawan, M. Y. (2023). Analisis perbandingan harapan dan persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan akademik. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 11(1), 41–53. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v11i1.8920>
- Artika, N. P. R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh trust dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan facial wash nivea pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 154–164. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i1.80585>
- Azmy, N. U., & Chrismardani, Y. (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>
- Azmy, N. U., & Chrismardani, Y. (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>
- Bahari, G. F., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Victory Gym Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(2), 845–851. <https://doi.org/10.23887/bjm.v11i2.100647>
- Cesariana, R., Nasution, S., & Wijaya, E. (2022). Pelayanan yang unggul dan loyalitas pelanggan pada industri jasa. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 87–95.
- Caesarini, N. L. E. A., Ariasih, M. P., & Heryanda, K. K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga pada segmen BPU (bukan penerima upah) terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Singaraja. *Bisma:*

Jurnal Manajemen, 10(3), 889–898.
<https://doi.org/10.23887/bjm.v10i3.92603>

- Darajah, R., Widjajanti, K., & Kuswardani, D. C. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan citra merek sebagai variabel intervening. *Sustainable Business Journal*, 2(1), 15–26.
- Eviyanti, N., Raharjanti, R., Asrori, M., Haris, M., & Murtiasri, E. (2025). Pengaruh biaya, pelayanan, penggunaan teknologi, waktu pengiriman dan kondisi produk terhadap kepuasan pelanggan. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 211–220. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.39616>
- Gea, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. *Jurnal EMBA*, 9(2), 893–899. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.29567>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan Palelu, D. R., Tumbuan, W. J. F. A., & Rorie, R. J. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang. *Jurnal EMBA*, 10(1), 68–77. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.31701>
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh kualitas layanan, citra merek, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk herbalife. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Hasibuan, B., & Ratnasari, L. (2021). Analisa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan musik studio dengan metode SERVQUAL. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 19(2), 113–116. <https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.33>
- I'tishom, M. F., Martini, S., & Novandari, W. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi harga terhadap sikap serta keputusan konsumen untuk menggunakan Go-Pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22(4), 514–532. <https://doi.org/10.32424/jeba.v22i4.1793>
- Jaenudin. (2025). Pengaruh penilaian produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan PT. Outletz Worldwide Indonesia. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 490–497. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1060>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kristanto, A. (2018). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe One Eighteenth Coffee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), 1–8.
- Kurniasari, F., & Sugiyanto, E. K. (2020). Dimensi kualitas pelayanan sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Ma'rufah, A. (2023). Strategi service quality sebagai media dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa pendidikan. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 813–822. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i2.355>
- Mastarida, F. (2023). Hubungan kualitas layanan, pengalaman konsumen, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen: model konseptual. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 521–526. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.702>
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making profitable decisions* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Munggaran, A. P., Danial, R. D. M., & Mulia, F. (2020). Peningkatan kepuasan pelanggan melalui experiential marketing dan nilai pelanggan. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 2(1), 360–371. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i1.1736>
- Najah, H. S., & Iskandar, M. H. (2026). Analisis pelayanan hospitality dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha ice cream gelato. *Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 13(2), 317–334. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i2.5982>
- Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respons terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Marugame Udon. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 249–259. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2715>
- Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Toko Kelontong Mujinah. *Al Mikraj: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(2), 1139–1149. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.5112>
- Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Toko Kelontong Mujinah. *Al Mikraj: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(2), 1139–1149. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.5112>
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen: Studi kasus pada pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 23–32. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>
- Pritami, S. A., & Surono, S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 2425–2437. <https://doi.org/10.5678/ekoma.v3i5.3421>
- Sari, N. L. P. D. A., & Mayasari, N. M. D. A. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 108–115. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v4i1.33842>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Siringoringo, E. H. J. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi GO-JEK di Kota Medan* (Proposal Penelitian). Universitas Prima Indonesia.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syach, Z. Z., & Tjahjaningsih, E. (2025). Pengaruh pengalaman pelanggan dan persepsi harga terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen (studi pada pengguna e-commerce Shopee di Kota Semarang). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(3), 1478–1490. <https://doi.org/10.31959/jm.v14i3.3263>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Widiani, N. K., & Susila, G. P. A. J. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 92–100. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v4i1.33389>
- Widiantara, I. W., & Trianasari, T. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toyota Avanza di Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 122–131. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.30525>
- Wirayudha, M. A., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan umum daerah Swatantra Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 351–358. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v6i3.79935>

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>

