

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, & Suprapti. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar*. 7(11), 6041–6069. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/40107>
- Ananda, R. (2017). *Pengantar Evaluasi Program Pendidikan* (C. Wijaya, Ed.). Perdana.
- Asbar, Y., & Saptari, M. (2017). Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode PIECES. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 39–47. <https://journal.unimal.ac.id/visi/article/view/301/215>
- 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://dosen.perbanas.id/docs/wp-content/uploads/2020/06/Jurnal-02-Nasional-Sinta-4-Diah-Ernawati.pdf>
- Garvin, D. A. (1987). *Managing Quality: Competing in the Eight Dimensions of Quality*. Harvard Business.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing 17th Edition* (17th ed.). Pearson Education © 2018.
- Krisna, A., Adetiya, L., Nur, F., & Shodikin, R. (2021). *Riset Populer Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Manurung, E. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Es Teh Indonesia Di Universitas Hkbp Nommensen Medan*. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/9863>
- Melati, A., Utari, D., Aktarina, D., & Jannah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Kegunaan Terhadap Brand Image Pada Produk GEELA di JM GROUP Lemabang Palembang. *JEMBATAN*, 7(1), 85–98. <https://ejournal.muliadarma.ac.id/index.php/jembatan/article/view/148>
- Novel, H., Kamanda, S., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *AL-AMAL*, 1(1), 26–32.
- Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *American Marketing Association*, 17(4), 460–469. <http://www.jstor.org/stable/3150499>
- Palelu, G., Tumbuan, & Jorie. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37534>

Paul, P. J., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior and marketing strategy*. Homewood, IL, Ltd: Irwin.

Philip, K., & Keller, K. (2018). *Marketing management*. Pearson.

Rivai, & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms>

Rohmawati, E., & Prastiwi, E. H. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nasi Boran di Kabupaten. *Musytari: Neraca Manajemen*. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2259>

Sanusi, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Cetakan Ketujuh*. In Jakarta: Salemba Empat. Salemba.

Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan 19). ALFABETA, CV.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. In Jakarta: Raja Grafindo Persada.