

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017), Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Apriyadi. Dede. 2017. Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di stasiun purwosari. Jurnal Magistra
- Aptaguna dan Pitaloka. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan JayaVol.3
- Arikunto, S. 2015. Metodologi Penelitian Operasional Variabel. Jakarta: Rineka Cipta
- Assael, Henry. 2010. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binapura Aksara Darmawan. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Takavi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.6. Surabaya: STIESIA
- Baisyir, Fauzi M. Q. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Journal of managemen Review, 1.
- Fatihudin, Didin dan Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran Jasa (Strategi,Mengukur.Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2011. Service, Quality and Satisfaction, ed. 3. Yogyakarta, Andi.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Global. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.Edisi 9. Universitas Dipenoero: Semarang
- Hurriyati, Ratih. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETHA.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2018. Principle Of Marketing, 17th edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Keller (2013). Principles of Marketing, 12 edition. New Jersey: Pearson Edition.
- Mimi, S. A. (2015) ‘Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Ranch Market’, Jurnal Ekonomi, Vol. XX, No. 01
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta.
- Nachrowi, Djalal & Usman, Hardius. 2008. Penggunaan Teknik. Ekonometri, Edisi revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Priansa, Donni Juni. 2017. Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: CV Alfabeta Sabran, Bob (2012). Manajemen Pemasaran Menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga, Bandung: Alfabeta.
- Samsul, Ramli (2013). Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang / Jasa Pemerintah, Jakarta :Visimedia.
- Schiffman & Kanuk, 2015. Consumer Behavior. 11th Edition. Global Edition
- Setyaningrum, Ari (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: CV. AndiOffset
- Sudaryono. 2014. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran, In Media, Yogyakarta Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta

- Sugiyono, (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta. Sugiyono, (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2016. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Toriq, M., & Martoatmodjo, S. (2014). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina, Bandung: Alfabeta
- Thamrin, Abdullah & Francis, Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran. Depok : PT Raja Grafindo Persada. Assauri.
- Yuyun, Mardiyani dan murwatningsih. 2015. “Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervering Pada Objek Wisata Kota Semarang”. Jurnal Manajemen Bisnis, Universitas Negeri Semarang.