

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. F. R. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal “ SS ” Cabang Gonilan). *Skripsi, 1*(3), 61.
- Afriadi, Y., & Sihotang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 5*(6), 1–15.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 7*(2), 137–156.
- Astuti, N. P. M. D., Putra, I. K. M., Kasiani, K., Yudistir, C. G. P. A., & Widiantera, I. M. (2020). Implikasi Penerapan Customer Relationship Marketing Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Gapura Angkasa Joumpa Denpasar. *Ganec Swara, 14*(1), 506.
- Suseno, Andri. (2019). Analisis Pengaruh Digital Marketing, Citra Merek Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Cressida Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Konsentrasi Pemasaran Kelas D1, D2 Angkatan 2015). Skripsi. Universitas Pelita Bangsa.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4*(1), 37–44.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 18*(1), 61–72.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>, Kamis, 26 Mei 2022, diakses pada 20:13.
- Kotler Philip, Kevin Lance Keller. 2013. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika '45, 5*(1).
- Mawardi, K. (2018). Dampak Pemasaran Digital Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Materials Processing Technology, 1*(1), 1–8.

- Nasution, S. (2009). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Palandeng, I., & Lumentut, F. (2014). Fasilitas, Servicescape, Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonalds Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 126–136.
- Pelayanan, A., Dan, K., & Terhadap, F. (2018). Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1248–1257.
- Pelayanan, P. K., Dan, H., Terhadap, F., Roring, F., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3723–3732.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 31–38.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Susanti, D., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(5), 1–19.
- Tan, S., & Putu. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Wisley Golf & Sport Centre. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2), 110–118.
- Tjiptono, F. 2006. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedua. Bayumedia Publishing. Malang.
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085