

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Syafiq. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>
- Amri, I., & Lubis, P. H. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Siswa SMA Fatih Bilingul School Kota Banda Aceh*. 3(2), 1–12.
- Arpizal. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Bisnis Online. *Jurnal Riset Dan Pengembangan Ekonomi Islam*, 0117, 1–28.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Batari, A., Bima, J. muh, & Rahman, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *SEIKO : Jurnal of Management and Businessf Management and Business*, 2(1), 1–10.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA.
- Emmywati, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. *Jurnal Manajemen*, 1(3), 8. <https://doi.org/10.30736/jpim.v1i3.34>
- Faeni, R. P., & Faeni, D. P. (2019a). Effect of price, promotion, and facilities to

customer satisfaction in using the service event management. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(2 Special Issue 4), 810–814. <https://doi.org/10.35940/ijrte.B1163.0782S419>

Faeni, R. P., & Faeni, D. P. (2019b). *Pengaruh Harga , Promosi , dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Pengaturan acara*. 810–814.

Farahdibba, A., & Setyawan, A. A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks (Survei Pada Konsumen Starbucks). *Prosiding 14th Urecol: Seri Ekonomi Dan Bisnis*, 368–378.

[http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/90144%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/90144/1/NASKAH\\_PUBLIKASI.pdf](http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/90144%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/90144/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf)

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.

Hakim, R. A. (2019). *Pelayanan Jasa Dalam Perspektif Islam*. Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Darussalam Gontor.

<http://hes.unida.gontor.ac.id/pelayanan-jasa-dalam-perspektif-islam/>

Hariyanto, A., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda Beat. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 91–98.

<https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1196>

Haryoko, U. B., Delimah Pasaribu, V. L., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman

Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, 2(1).

<https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 1–8.

<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>

Isa, M., Lubis, H. A., & Chaniago, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga. *Jesyia (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 164–181.

<https://doi.org/10.36778/jesyia.v2i2.90>

Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). *Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah*. 3(3), 39–49.

Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management (15th (ed.))*. Pearson Education.

Laksana, F. M. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.

Metarini, Ayu, Roro, R. (2020). Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.52238/ideb.v1i1.20>

Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11.

<https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>

- Nadianingrum, N. W., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Capella Dinamik Nusantara. *Jurnal Khazanah Ilmu Berazam*, 3(September), 531–541.
- Nizar Nurul et all. (2019). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT FAST FOOD INDONESIA , Tbk KFC BOX RAMAYANA*. 4328, 43–52.
- Nurhadi, N. (2018). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137.  
<https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Nurul Kumala, F. O., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39.  
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>
- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu, Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Puspitasari, I. T. (2021). *Pengaruh Daya Saing, Fasilitas, Kualitas pelayanan dan Harga yang Kompetitif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Kara Esthetique*. STEI Rawamangun Jakarta.
- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). the Effect of Brand Image, Service Quality, and Customer Value on Customer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 68–77.  
<https://doi.org/10.32479/irmm.9939>
- Sampuju, R. A. (2018). PENGARUH FASILITAS, HARGA, DAN

LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH KOS (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu). In *World Development* (Vol. 1, Issue 1).

<http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007>  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.1224023>  
<http://pdx.sagepub.com/lookup/doi/10>

Sinaga, L. R., Efendi, N., & Harori, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 89–96.  
<https://doi.org/10.23960/jpb.v3i2.33>

Stanton, W. J. (2016). *No Title* (7th ed.). Erlangga.

Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (1st ed.). Deepublish.

Sugiyono, D. P. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sujarweni, V, W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis ekonom* (cetakan pe). Pustaka Baru.

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu.

Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalias Pelanggan*. Deepublish.

Tjiptono, F. (2016). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa* (Terbaru). Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik* (4th ed.). Andi.

Tjondro, J. D. (n.d.). *Klinik Kecantikan Janet Estetika*.

[https://www.google.com/search?q=janet+estetika&rlz=1C1CHBF\\_enID972ID972&oq=&aqs=chrome.0.35i39i362l8.21365j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=janet+estetika&rlz=1C1CHBF_enID972ID972&oq=&aqs=chrome.0.35i39i362l8.21365j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Wijayanti, T., & Sujiyanto, E. A. (2022). *MEREK, HARGA, LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM*. 5, 32–41.

Worodiyanti, W. N. (2016). TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ELLADERMA SKIN CARE MALANG  
Novi Wahyu Worodiyanti S1 Pendidikan Tata Rias , Fakultas Teknik , Universitas Negeri Surabaya  
Dr . Maspiyah , M . Kes PENDAHULUAN Perkembangan masyarakat serta aktivitas masyarakat yang tinggi teru. *E-Journal*, 05, 23–28.

Yulisetiari, D., & Prahasta Ade, Y. (2019). *The Effect Of Price, Service Quality, Customer Value, And Brand Image On Customers Satisfaction Of Telkomsel Cellular Operators In East Java Indonesia*. 1(4), 2–4.