

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Buttle, Francis. 2004. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Concepts and Tools*. Penerbit: Bayumedia Publishing. Malang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Penerbit: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Oliver, R. L. 2010. *Satisfaction A Behavioral Perspective on The Consumer*. Penerbit: McGraw-Hill. New York.
- Philip Kotler, G. A., 2016. *Principles of Marketing*. 16th ed. Harlow: *Pearson Education*.
- Philip Kotler, K. L. K., 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: *Pearson Education*.
- Sentana, Aso, 2006. *Excellent Service & Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Blek Media Komputindo
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit: Alfabeta. Bandung
- Suprayanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: In Media. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit: Andi Offset. Yogyakarta.

Jurnal:

- Armando, Rocky, 2020. *Analisis Pengaruh dan Kualitas Layanan terhadap mahasiswa pengguna GoRide Gojek di Deli Serdang*
- Agus. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Gubuk Café Dalegak Gresik*.
- Febe. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Zybrick Coffee & Cantina*.
- Hardiyati. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Siswa LBPP-Lia Malang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14 (1), 70-79.
- Indrawan. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Showroom Sejati Jambi*. Jambi: Universitas Jambi.
- Indriyani. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Melati Doorsmer Surabaya*. Surabaya: Universitas Sebelas Maret.
- Putra. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis 24 (3).
- Patri, Eko. 2021. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Just Café Di Makassar*.
- Solin Tania, Mesi, 2022. *Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian pada Gopek Medan*.