

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa: teori dan aplikasi*.
- Alamsyah, D. P. (2016). Kepercayaan konsumen pada produk organik. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 146–155.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49–56.
- Arikunto, S. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya.
- Asma, S., Dine, M. S. B., Wafaa, B., & Redouan, A. (2018). The effect of perception quality/price of service on satisfaction and loyalty algerians customers evidence study turkish airlines. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 7(503), 212–237.
- Buchari, A. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan kedelapan. Bandung: Alfabeta.
- Danesh, S. N., Nasab, S. A., & Ling, K. C. (2012). The study of customer satisfaction, customer trust and switching barriers on customer retention in Malaysia hypermarkets. *International Journal of Business and Management*, 7(7), 141–150.
- Dimiyati, M., & Subagio, N. A. (2016). Impact of service quality, price, and brand on loyalty with the mediation of customer satisfaction on Pos Ekspres in East Java. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(4), 74.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Imelda, W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Djarwanto, PS. 1994, *Pokok – Pokok Analisa Laporan Keuangan*. BPFE, Cetakan I, Yogyakarta.
- Engel dkk. 2002. *Perilaku konsumen*. Alih bahasa Drs. F.X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- ESA, M. P. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Elayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Barberking Barbershop di Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- FERDINAN, R., Hasanudin, H., & Yuliasari, N. (2014). *PENGARUH KOMPOSISI MQNTMOKiLLONjT DAN GULA TEBU TERHADAP SIFAT KATALIS KOMPOSIT MONTMORILLONiTKAUBON SULFONAT*. Sriwijaya University.
- Flavian, G., & Giunaliu, M. (2007). Measure on web usability Website. *Journal of Computer Information Systems*, 48(1), 17–23.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2013). aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. *Information Technology*, 2(2).
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Gul, R. (2014). The relationship between reputation, customer satisfaction, trust, and loyalty. *Journal of Public Administration and Governance*, 4(3), 368–387.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(01).
- Hidayat¹, A. Y., Rudianto, Y., & Sobari, H. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN OBING BARBERSHOP SINDANGHERANG CIAMIS. *Jurnal Ekper Vol*, 5(1).
- Huo, B., Ye, Y., & Zhao, X. (2015). The impacts of trust and contracts on opportunism in the 3PL industry: The moderating role of demand uncertainty. *International Journal of Production Economics*, 170, 160–170.
- Irawan, B. S. (2005). *Asas-asas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2006). *Marketing management*. Data Status, Belgrade, 36.
- Kotler, K. K. P., & Manceau, D. (2012). *Marketing management 14e*. PEARSON FRANCE.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Café One Eighteenth Coffee. *Agora*, 6(1)
- Kuncoro, Mudrajad 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Laely, N. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada pt. telkomsel di kota kediri. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 3(02).
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar pemasaran modern*. Yogyakarta: Upp Amp Ykpn.
- Maharani, A. D., & Darmastuti, I. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap*

- loyalitas nasabah tabungan bank mega semarang*. Universitas Diponegoro.
- Mahendra, K. P. (2019). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Moenir, A. S. (2008). Manajemen pelayanan umum di Indonesia.
- Moh. Nazir. (1998). Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus Online Store Lazada. co. id). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Octarini, N. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Barbershop Terhadap Kepuasan Konsumen Memilih Barbershop (Studi pada Konsumen Balaputra Barbershop Palembang).
- Priyambodo, L., Tjiptono, F. S., & Suyoto, M. (2012). M-Commerce in Indonesia: Problems and Prospects. *International Journal of Computer Applications & Information Technology*, 1(2), 71–76.
- Rizaldy, P. P. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ARFA BARBERSHOP DI YOGYAKARTA. UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
- Rokhim, A., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Coolio Barbershop Lowokwaru, Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(11).
- Sahanggamu, S., Mananeke, L., & Sepang, J. (2015). Analisis kualitas layanan, Servicescape dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).
- Santoso, S., & Harsono, J. (2014). Pola Solidaritas Kelompok Pedagang Angkringan Di Kota Ponorogo. *Sosiohumaniora*, 16(1), 87–96.
- Santoso dan Ashari. 2005:238. Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel dan SPSS. Edisi Pertama. Yogyakarta: ANDI.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis website quality, trust dan loyalty pelanggan online shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61.
- Sinambela, L. P. (2008). *Reformasi pelayanan publik*.
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Wicaksono, A. R. A. (2019). Effect of brand image, the quality and price on customer satisfaction and implications for customer loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. *International Review of Management and Marketing*, 9(1), 90.

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Service Quality and Satisfication*, Ed.2. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Virvalaite, R., Saladiene, V., & Skindaras, D. (2009). The relationship between price and loyalty in services industry. *Engineering Economics*, 63(3).

Widiarsana, I. M., & Asrida, P. D. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Semeton Barbershop Di Wilayah Desa Peguyangan Kangin Tahun 2018. *Social Studies*, 7(2), 91-96.

WIJAYA, A. P. W. A. P., & WIJAYA, A. P. (2013). Analisis rasio keuangan dalam merencanakan pertumbuhan laba: Perspektif teori signal. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2(2).

