

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i. 2021. Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKAPress UIN Sunan Kalijaga.
- Algifari. (1994). Statistik Ekonomi: Teori, Kasus dan Solusi. Yogyakarta: Bagian Penerbit STIE YKPN.
- Annur, Cindy Mutia. (2023). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023> (accessed 15 October, 2023)
- Engel *et al.* (1995). Perilaku Konsumen. Jakarta. Bina Rupa Aksara. Hal. 3.
- Gale, B. (1994). Managing Customer Value. New York: Prentice The Free Press.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, dkk (2020) Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Husaini Usman, Purnomo. 2001. Metode Penelitian Sosial. Jakarta: PT Bumi Aksaran.
- Iskandar, V. and Dendy, A.K. (2013). Analisa Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alex 's Salon Darmo Park, *Manajemen Perhotelan*. (2010), 204–214.
- Kapuy, H.R. (2019). Pengaruh Harga Dan Nilai Fungsional Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Poso. *Jurnal EKOMEN*, 19(1), 15–19.
- Karunia, H. and Lunardy, D. (2016). Tanjungsari dan Lunardy 261 - 279 MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VI, No. 2, Juni 2016. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, VI(2), 261–279. Available at: <https://www.neliti.com/id/publications/154801/pengaruh-persepsi-nilai-pada-intensi-pembelian-produk-virtual-yang-dimediasi-ole>.
- Kotler, Philip. (2005.) Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education. Inc.
- Lovelock, C dan Lauren K. Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Kedua. Jakarta: PT. INDEKS.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Marnilin, F. *et al.* (2022). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Implementasi Program MBKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 1–10. doi:10.37641/jimkes.v11i1.936.
- Munawwar, H. and Saefuloh, D. (2019). Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sepatu Olahraga Merek Lokal dan Internasional. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, Volume 10, 851–861. Available at: <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1502>.
- Paulina dan Ibnu, H.I.K. (2015). Pengaruh Emotional Value, Social Value, Dan Brand Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Pengaruhnya Dalam Loyalitas Konsumen Sepatu Nike. *Pengaruh Emotional*, (1999), 1–24.
- Puspitasari, S. dan Widayanto (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 53–63.
- Rahmawati, D. (2021). Nilai-Nilai Sosial Dan Budaya Dalam Tradisi Mantu Poci Di Kota Tegal Jawa Tengah (Kajian Antropologi Sastra). *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, 2(2), 1–18. doi:10.22515/tabasa.v2i2.3852.
- Sandy, J.P., Stanley, T. and Jokom, R. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai Konsumen Di Jokopi Untung Suropati Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(1), 253–268.
- Sari, N.L.P.D.A. and Mayasari, N.M.D.A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 108–115.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. (2000). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Tujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Siyoto, S. & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. Yogyakarta.
- Solomon, Michael R. (2002). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Sudarso, E. (2016). Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, dan Kepuasan Konsumen: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(3), 165. doi:10.26418/jebik.v5i3.19079.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Sweeney, J and Soutar, G. (2001). Consumer perceived value: the development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77, 203–205.
- Syarifuddin & Saudi, A. B. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV ANDI.