

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Larreche, J. C. (2000). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*. New York: McGraw-Hill.
- Jerome McCarthy. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Stanton, W. J. (2001). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Alfitra Salam, M., dkk. (2024). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek*.

- Dewi Melviana, & Trinik Susmonowati. (2024). *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Bunda BIC Clinic Vida Bekasi.*
- Maya Fitria Purwaningrum, & Fikrina Faraidi Fardani. (2023). *Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Jafra Cosmetics Indonesia.*
- Tenri Syafira, dkk. (2024). *Pengaruh Harga dan Promosi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Oentha.*