



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal

- Aranto, N. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro.
- Ismail, Lidhyya. Dewanti. (2022). Pengaruh Insentif Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di SAMSAT Jakarta Barat Tahun 2021.
- Jonathan, Vincent. (2021, Oktober). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Knsumen AKsesoris Mobil Bermaterial Fugerglass pada Aplikasi Bukalapak. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Lestari, Rahayu. Mega. (2021, Agustus). Pengaruh Kualitas Aplikasi, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ahass (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Aplikasi Brompt Ahas Jombang).
- Ramadhini, Nur. Syahfitri. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Jasa Pengiriman Barang Sicepat Halu Di Jakarta. *Kreatif: Pemasaran, Sumber daya manusia, dan Keuangan*, 6.
- Syaifulloh. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Waktu Tunggu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Ahass Anugerah Jaya Kabupaten Sumenep.
- Yulianti, R. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pada Pengguna Grab-Bike Di Wilayah Kelurahan Kebon Bawang, Jakarta Utara).

Sumber Buku


- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (12 - Buku 1 ed.). Jakarta, Salemba Empat.



- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Univeritas Diponegoro.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin. Lane. (2016). *Marketing Management* (15 ed.).
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2016). *Principle of Marketing* (16 Global Edition ed.). England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing* (17 ed.). London.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing* (18e ed.). United States edition: Pearson Education.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin. Lane. (2018). *Principles of Marketing* (15 Global Edition ed.).
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R& D*. Bandung: Alfabeta
- Zerthaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Service Marketing* (7 ed.). Newyork, United States of America: McGraw-Hill Education.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sumber Website

-  **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- <https://otomotif.antaranews.com:Penjualan sepeda motor Indonesia tumbuh 38 persen./https://otomotif.antaranews.com/berita/2641313/penjualan-sepeda-motor-indonesia-tumbuh-38-persen>. Diakses 7 November 2023.
- <https://otomotif.antaranews.com:JumlahAHASSseIndonesia./https://kusanatokarasan.com/tag/jumlah-ahass-se-indonesia/https://kusanatokarasan.com/tag/jumlah-ahass-seindonesia>. Diakses 8 November 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.