

Daftar Pustaka

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran* (16th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen. *Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1).
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andreyani, G., D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kotak Telur Pada Pt Mega Sari Agung Sejahtera Langkat Medan. *Aksara Public*, 8(5), 55.
- Atmaja, L. S. (2009). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. (C. W. Hermawan, Ed.). Yogyakarta.
- Hermawan, Budi (2011). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi, Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul*.
- Hibaturrahman, N. (2019). *Persaingan Usaha Sektor Informal (Studi Kasus pada Transportasi Ojek Online dan Ojek Konvensional Jalan Srijaya Negara Bukit Lama Kecamatan Ilir Barat I Palembang)*.
- Hidayat, Rachmad. (2010). *Pengaruh Kualitas layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*.
- Ibrahim. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Karangga, R. (2015). Study Kelayakan Bisnis (Sablon Kaos Digital). *Blogspot*. Diperoleh pada 14 Februari 2020, dari <http://robbikarangga.blogspot.com/>
- Kompasiana*. (2017). Perkembangan Trend Fashion di Indonesia. *Kompasiana*. Diperoleh pada 14 Februari 2020, dari <https://www.kompasiana.com>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, N. & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (tiga)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. (Rosidah, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lusch, R.F. and S.L. Vargo (2006a), "Service-Dominant Logic: Reaction, Reflections, and Refinements", *Marketing Theory*, Vol. 6(3): 281-288
- Lusch, R.F. and S.L.Vargo (2006b), Service-Dominant Logic as a Foundation for a General Theory in *The Service Dominant-Logic of Marketing: Dialog, Debate, and Direction*, M.E. Sharpe, Armonk, New York: pp. 406-420
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi (Pertama)*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Masrur, F., Halik, A., Arif, D. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Nizar, N., D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Fast Food Indonesia, Tbk Kfc Box Ramayana Pematangsiantar. *Manajemen Dan Keuangan*, 4328, 43–52.
- Oei, L. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Porinto. (2018). Bisnis Sablon Kaos: Kelebihan dan Kekurangannya. *Porinto*. Diperoleh pada 14 Februari 2020, dari <https://blog.porinto.com>.
- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima, Fokus pada Organisasi Bisnis dan Peningkatan Kualitas Aparatur*. Bandung: Alfabeta.
- Purnamasari, I. G. . Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1–12.

- Purnomo, E., Hartono., Robustin, T. P. (2019). Strategi Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Tv Berlangganan Lumajang Vision. *Progress Conference*, 2(July), 649–658.
- Rahmayanty, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ratnasari dan Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, R.M., & Lestari, R. (2017). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia*, 13(2), 37–48.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Pengaruh Kualitas Produk*, 4, 130–142.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2013). *Teori Kuisisioner Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Strategik (dua)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi Tiga Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Tresiya, D., Djunaidi., Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.310>

Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis (kedua)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Vargo, S.L. and R.L.Lusch (2004), "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing", *Journal of Marketing*, Vol.68 (Januari): 1-17

