

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN ULANG
PADA LAYANAN TRANSPORTASI GO-JEK DI SURABAYA
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

SKRIPSI

Oleh

M. FARIS ALIFUDDIN

G93219077



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN

Saya, M. Faris Alifuddin G93219077, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 16 November 2023



M. Faris Alifuddin

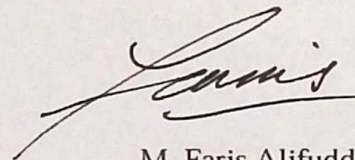
G93219077

DECLARATION

I, M. Faris Alifuddin, G93219077, declare that:

- 1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, not a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya or in any other universities/colleges.*
- 2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or referred to by quoting the author's name and stated in the References.*
- 3. This statement is true, if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulation in Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.*

Surabaya, 16 November 2023



M. Faris Alifuddin

G93219077

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 10 November 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

Dosen Pembimbing I,



Prof. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D.

NIP. 196703111992031003

Dosen Pembimbing II,



Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc.

NIP. 199301092020122028

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN ULANG PADA LAYANAN TRANSPORTASI GO-JEK DI SURABAYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh

M. Faris Alifuddin

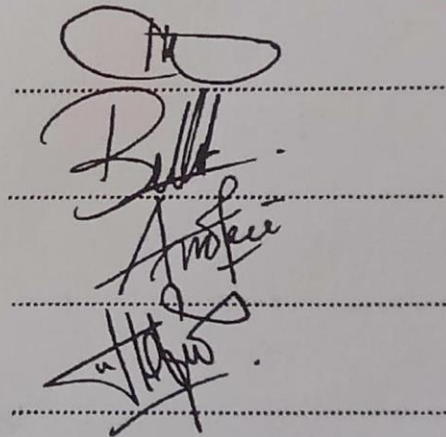
NIM: G93219077

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Prof. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D.
NIP. 196703111992031003
(Penguji 1)
2. Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc
NIP. 199301092020122028
(Penguji 2)
3. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos., M.M.
NIP. 19760802200912002
(Penguji 3)
4. Helmina Ardyanfitri, S.M., M.M
NIP. 199407282019032025
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 14 Desember 2023

Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300E-Mail:
perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di
bawah ini, saya :

Nama : M. FARIS ALIFUDDIN

NIM : G93219077

Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS / MANAJEMEN

E-mail address : farisalifuddin66@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan , menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan
UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain

(.....)

Yang berjudul :

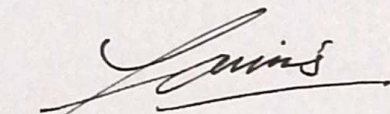
PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN ULANG PADA LAYANAN TRANSPORTASI GO-JEK DI
SURABAYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini
Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan
akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai
penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan
Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam
karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 November 2023


(M. Faris Alifuddin)

ABSTRAK

Kepadatan lalu lintas di Jawa Timur seperti di kota-kota besar tak dapat dihindari, dari jalan utama hingga jalan alternatif. Terjadi peningkatan kepadatan lalu lintas secara terus-menerus dan tak mengenal waktu. Sarana transportasi yang tersedia meningkat tidak seimbang dengan pelebaran jalan yang menjadi penyebab salah satu kepadatan lalu lintas. Di Jawa Timur, Kota Surabaya menempati posisi paling padat lalu lintas, sehingga dianggap sebagai kota dengan tingkat kemacetan tertinggi. Surabaya merupakan salah satu kota yang memiliki potensi tinggi untuk pengembangan bisnis transportasi online. Surabaya memiliki mobilitas masyarakat yang tinggi, terutama bagi mereka yang bekerja, bersekolah, atau melakukan kegiatan lain yang membutuhkan perpindahan tempat.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan Ulang pada layanan Transportasi Go-Jek di Surabaya dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan jenis metode survei. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden yang diperoleh melalui teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan model persamaan *Structural Equation Model* (SEM) yang diolah melalui *Software SmartPLS 3.2.9*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan perhitungan tambahan menggunakan uji sobel.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi dan Kemudahan Penggunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Ulang. Sedangkan variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Ulang. Peran mediasi dalam penelitian ini memiliki pengaruh secara *full mediation*, yang mana berdasarkan uji mediasi pada variabel Promosi dan Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Go-Jek yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. Berbeda dengan variabel Harga yang tidak memiliki pengaruh mediasi secara penuh terhadap Keputusan Penggunaan Ulang oleh Kepuasan Konsumen.

Kata kunci: Promosi, Kemudahan Penggunaan, Harga, Keputusan Penggunaan Ulang, Go-Jek.

ABSTRACT

Traffic congestion in East Java as in major cities is unavoidable, from main roads to alternative roads. There is a continuous and timeless increase in traffic density. The increase in available transport facilities is not balanced with the widening of roads, which is one of the causes of traffic congestion. In East Java, Surabaya City occupies the most traffic congested position, so it is considered as the city with the highest congestion rate. Surabaya is one of the cities that has high potential for the development of online transport business. Surabaya has a high mobility of people, especially for those who work, go to school, or do other activities that require moving places.

This study aims to examine the effect between the variables Promotion, Ease of Use, and Price on Reuse Decisions on Go-Jek Transportation services in Surabaya with Consumer Satisfaction as a mediating variable. This study uses Quantitative research methods with a type of survey method. The number of samples in this study were 150 respondents obtained through non-probability sampling techniques. This study uses the Partial Least Square (PLS) approach which is a Structural Equation Model (SEM) equation model processed through SmartPLS 3.2.9 software. The analysis method used is path analysis with additional calculations using the sobel test.

The results of this study indicate that the Promotion and Ease of Use variables do not have a significant influence on Reuse Decisions. Meanwhile, the Price variable has a positive and significant influence on Reuse Decisions. The mediation role in this study has a full mediation effect, which based on the mediation test on the Promotion and Ease of Use variables has an indirect effect on the Go-Jek Reuse Decision which is mediated by Customer Satisfaction. In contrast to the Price variable which does not have a full mediating influence on Reuse Decisions by Consumer Satisfaction.

Keywords: Promotion, Ease of Use, Price, Reuse Decision, Go-Jek.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	IV
LEMBAR PENGESAHAN	V
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAK.....	VIIIX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Praktis	11
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Faktor Perilaku Konsumen.....	14
2.2 Keputusan Penggunaan Ulang	15
2.2.1 Pengertian Keputusan Penggunaan Ulang	15
2.2.2 Jenis-Jenis Keputusan Penggunaan.....	16
2.2.3 Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan.....	18
2.2.4 Indikator Keputusan Penggunaan Ulang.....	21
2.3 Promosi	21
2.3.1 Pengertian Promosi	21
2.3.2 Tujuan Promosi	24
2.3.3 Sarana Promosi	24
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Promosi	26
2.3.5 Indikator Promosi.....	26

2.4 Kemudahan Penggunaan	27
2.4.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	27
2.4.2 Indikator Kemudahan Penggunaan	28
2.5 Harga	29
2.5.1 Pengertian Harga.....	29
2.5.2 Tujuan Penetapan Harga	31
2.5.3 Strategi Penyesuaian Harga	32
2.5.4 Indikator Harga	33
2.6 Kepuasan Konsumen.....	33
2.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	33
2.6.2 Dimensi Kepuasan Konsumen	34
2.6.3 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	35
2.6.4 Pengukuran Tingkat Kepuasan	36
2.6.5 Indikator Kepuasan Konsumen.....	37
2.7 Penelitian Terdahulu	38
2.8 Kerangka Konseptual	43
2.9 Pengembangan Hipotesis Penelitian	45
2.9.1 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	45
2.9.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen...	45
2.9.3 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
2.9.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Ulang	47
2.9.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Ulang.....	47
2.9.6 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Ulang.....	48
2.9.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Ulang	48
2.9.8 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	49
2.9.9 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	50

2.9.10 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	52
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	53
3.4 Variabel Penelitian	55
3.4.1 Variabel bebas (independen).....	55
3.4.2 Variabel terikat (dependen).....	55
3.4.3 Variabel penghubung (mediasi)	56
3.5 Definisi Operasional.....	56
3.6 Jenis dan Sumber Data	60
3.6.1 Data Primer	60
3.6.2 Data Sekunder	60
3.7 Teknik Pengumpulan Data	60
3.8 Teknik Analisis Data.....	61
3.8.1 Analisis Deskriptif	62
3.8.2 SEM-PLS	62
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1 Profil Perusahaan Go-Jek.....	69
4.1.2 Logo Perusahaan	71
4.1.3 Profil Layanan	72
4.2 Deskripsi Responden.....	72
4.2.1 Karakteristik Responden	72
4.2.2 Hasil Jawaban Responden	77
4.3 Analisis Model	82
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	83
4.3.2 Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	89
4.3.3 Uji Hipotesis	91
4.3.4 Uji Sobel	96

4.4 Pembahasan.....	98
4.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	99
4.4.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan konsumen....	100
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	102
4.4.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Ulang	103
4.4.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Ulang.....	105
4.4.6 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Ulang.....	106
4.4.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Ulang	107
4.4.8 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Vsriabel Mediasi	108
4.4.9 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Vsriabel Mediasi	109
4.4.10 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Vsriabel Mediasi	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kota Termacet	2
Gambar 1.2 Perbandingan Data Pengguna Transportasi <i>Online</i>	3
Gambar 1.3 Data Pengunduh Aplikasi Go-Jek	4
Gambar 1.4 Perbandingan Tarif Go-Jek	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	44
Gambar 4.1 Logo Go-Jek.....	71
Gambar 4.2 Layanan Go-Jek.....	72
Gambar 4.3 Hasil <i>Output Calculate Algorith Outer Model</i>	83
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Sobel Test</i>	96
Gambar 4.5 Hasil Uji <i>Sobel Test</i>	97
Gambar 4.6 Hasil Uji <i>Sobel Test</i>	98

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tahapan Perilaku Konsumen.....	13
Tabel 2.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
Tabel 2.3 Proses Pengambilan Keputusan.....	18
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	55
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	60
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	73
Tabel 4.2 Usia Responden.....	74
Tabel 4.3 Profesi atau Pekerjaan.....	75
Tabel 4.4 Pendapatan Perbulan.....	76
Tabel 4.5 Berapa Kali Menggunakan.....	76
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Promosi.....	77
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kemudahan Penggunaan.....	78
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Harga.....	79
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Konsumen.....	80
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Penggunaan Ulang.....	81
Tabel 4.11 Nilai <i>Loading Factor</i> atau <i>Outer Loading</i>	84
Tabel 4.12 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	86
Tabel 4.13 Nilai <i>Discriminant Validity (AVE)</i>	87
Tabel 4.14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	88
Tabel 4.15 Pengujian <i>Goodness of Fit (R2)</i>	89
Tabel 4.16 Nilai Uji Hipotesis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	91

DAFTAR PUSTAKA

- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Asnawi, H. N., & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*.
- Atanasius Hardian Permana Yogiarto. (2015). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. 2(1), 165.
- Ayu Retno Ningrum, D., Diansepti Maharani, B., & Studi Manajemen, P. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Ust). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 4(April), 2684–9283. <https://doi.org/10.35326/jiam.v4i1>
- Davis, K. D. (2016). *Human Behavior at Work. Organization Behavior 8th Edition*. Singapore: Mc. Graw-Hill. International.
- Devina, B., & Rokhyadi, A. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Leasing yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 56–64. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Fatmawati, & Soliha. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “HONDA.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Rahun* 10 ,no 1.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*.
- Hair, et al. (2019). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling Based Discrete Choice Modeling*.
- Hardiawan. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*.
- Hawkins. (2007). *Consumer Behavior, 10th Edition*.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis pengaruh brand image, harga, kualitas, produk, dan daya tarik promosi terhadap minat beli ulang

konsumen batik pekaloangan(studi pada pasar grosir setono batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.

Irawan. (2004). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*.

Juliandi, A. (2018). *Structural equation model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1243777>

Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*.

Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*.

Krisdayanto, I., & Haryono, A. T. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Café Lina*.

Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis*.

Lamb, Hair, & Daniel, M. (2001). *Pemasaran*.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*.

Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., غسان, د., Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.

Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*.

Pering, I. M. A. (2021). *Kajian analisis jalur dengan Structural Equation modeling (SEM) Smart-PLS 3.0*.

Ramadhan, R. (2016). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, Dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank Syariah Mandiri Surabaya*.

Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). *Brand Image , Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27>

Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS

PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. GO-JEK). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.*

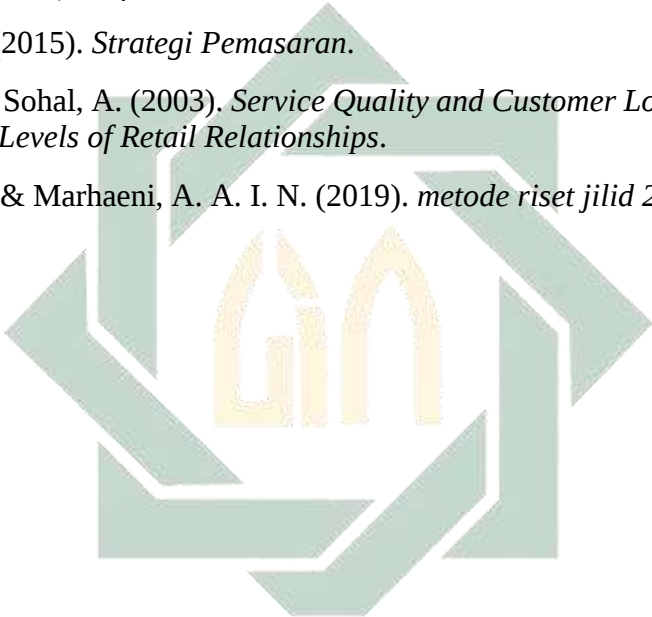
Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kauntitatif, Kualitatif, dan R&D.*

Sumarwan. (2014). *Definisi Perilaku Konsumen.*

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran.*

Wong, A., & Sohal, A. (2003). *Service Quality and Customer Loyalty Perspectives on Two Levels of Retail Relationships.*

Yuliarni, N., & Marhaeni, A. A. I. N. (2019). *metode riset jilid 2.*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A