

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., & Wilkins, S. (2024). Purposive sampling in qualitative research: a framework for the entire journey. *Quality & Quantity*. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-02022-5>
- Anjarini, D., & Wulandari, P. (2022). Strategi diskon dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 55–65.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Astrawan, D., & al., et. (2023). Kepuasan pelanggan pada layanan jasa kecantikan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 45–56.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Bella, J. E., Maramis, J. B., & Rumokoy, L. J. (2024). Uji t dalam analisis regresi untuk menilai pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/58799/47974>
- Creswell, J. W. (2021). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fajarini, I., & Meria, E. (2020). Kepuasan pelanggan dalam jasa kecantikan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 45–54.
- Fitriyyah, U., Pauzy, D. M., & Lestari, S. P. (2023). The Influence of Product Quality and Price Perception on Customer Satisfaction (Survey of Azqia Collection Tasikmalaya Customers). *Journal of Indonesian Management*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.53697/jim.v3i1.1134>
- Furidha, B. W. (2024). Comprehension of the descriptive qualitative research method: A critical assessment of the literature. *Acitya Wisesa: Journal of Multidisciplinary Research*, 2(4). <https://doi.org/10.56943/jmr.v2i4.443>

- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods* (4th edition). Routledge.
- Harto, S., & Sugiyanto, B. (2025). Persepsi harga dan dampaknya pada kepuasan pelanggan jasa kecantikan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 15–25.
- Heriyanto, H., Ririn, R., Nurahman, N., & Mulyanto, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Aplikasi Onlineshop Shopee. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.35326/jiam.v7i1.5211>
- Islami, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 2(2), 99–107. <https://jurnal.stpkat.ac.id/index.php/jpkm/article/view/172>
- Ivantan, I., Purwanti, P., & Zakri, M. (2025). Pengaruh Persepsi Harga dan E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tokopedia di Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, 4(2). <https://doi.org/10.32493/jaras.v4i2.38821>
- Jempormase, S., & Larasati, A. Y. (2025). Pengaruh Edukasi Perpajakan dan Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Accounting Insights Journal*, 2(1), 1–13.
- Julitawaty, W., Fenny, & Widalicin, J. (2025). The Influence of Price Perception and Perceived Product Quality on Consumer Satisfaction of Detergent Brand XYZ in Medan. *PENANOMICS: International Journal of Economics*, 4(3). <https://doi.org/10.56107/penanomics.v4i3.269>
- Juniar, M. (2023). Faktor penentu kepuasan dan loyalitas pelanggan pada bisnis jasa. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 11(3), 110–120.
- Kencanawati, M. S., Anggraini, R., Tesniwati, R., & Putranto, M. R. (2023). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 4(1), 12–18. <https://doi.org/10.47065/imj.v4i1.297>
- Koo, M., & Yang, S.-W. (2025). Likert-Type Scale. *Encyclopedia*, 5(1), 18.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th edition). Pearson.
- Kulsum, S. A., & Sidiq, S. (2025). Pengaruh harga, kualitas informasi, diskon, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 11–20. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol4.iss1.art2>
- Ladhari, R. (2021). Service quality, emotional satisfaction, and behavioural intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61.
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan ukuran sampel menggunakan Rumus Bernoulli dan Slovin: konsep dan aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73–84. <https://doi.org/10.20884/1.jmp.2024.16.1.11230>
- Mursalin, & Huda, N. (2020). Persepsi harga dalam sektor jasa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(3), 201–210.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 287057.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd edition). McGraw-Hill.
- Palelu, D. R., Tumbuan, W. J., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 68–77.
- Prayunita, F., & al., et. (2025). Harga worth it sebagai pembentuk kepuasan emosional pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 77–88.
- Putra, A. R., & Wulandari, D. A. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 45–54.
- Putri, N., & Rahayu, S. (2020). Pengaruh diskon terhadap niat beli ulang pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 15(4), 300–310.

- Rana, M. S., Ahmed, S., & Karim, M. R. (2021). Pricing strategy, service quality, and customer satisfaction in the beauty service industry. *International Journal of Service Management*, 12(3), 45–60.
- Research, G. V. (2023). *Beauty and Personal Care Products Market Report, 2030*. Grand View Research. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/beauty-personal-care-products-market>
- Sari, S. S., Maulana, A., Shihab, M. S., & Wahab, Z. (2024). The influence of service quality and price perception on customer satisfaction in using Go-Food services in Palembang. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(8), 82–89.
- Sari, V. N., Adita, S., & Sovianti, N. (2023). Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Abyan Kosmetik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 42–49. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i3.172>
- Siregar, R., & Siahaan, T. (2021). Persepsi harga dan manfaat di sektor jasa kecantikan. *Jurnal Pemasaran*, 7(2), 150–160.
- Siska, J., & Purba, T. (2022). Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Wellindo Blast Media di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(1), 14–25. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.302>
- Sitompul, S. C., Sulaksono, H., & Sauqi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan J&T Express Jember. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 3(2), 15–26. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v3i2.682>
- Soebiatoro. (2020). Persepsi Harga Konsumen terhadap Kesesuaian dan Manfaat Produk atau Jasa. *Jurnal Manajemen*.
- Song, L. (2023). Dimensions of service quality in the beauty service sector. *International Journal of Service Management*, 28(4), 355–370. <https://doi.org/10.1108/IJSM-03-2023-0045>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sulistyo, R. B., Handayani, A., & Pratiwi, A. (2025). The Influence of Innovation, Service Quality and Discounts on Gojek Application Customer Satisfaction. *International Journal of Integrative Research*, 3(3). <https://doi.org/10.59890/ijir.v3i3.522>
- Sundari, W. S., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkir, Dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopeefood Di Yogyakarta. *Jurnal Tambora*, 7(3), 1–9.
- Susiani, F., Hatta, I. H., & Sampurno, S. (2021). Kepuasan pelanggan adalah bentuk evaluasi pelanggan terhadap hasil layanan yang diterima. *Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 114–121. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jrb/article/view/1514>
- Tjiptono, F. (2019). Indikator Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Wati, N., & al., et. (2025). Hubungan harga, promosi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 88–102.
- Wulandari, S. R., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 67–78.
- Yulia, M., & Sodinah. (2024). Kepuasan pelanggan sebagai prediktor utama loyalitas. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 1–12.