PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA *WEDDING BY* EMAARA

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

RAHMA NUR AULIA BUDIMAN

24220087

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVESITAS NUSA MANDIRI

JAKARTA

2026

PERSEMBAHAN

"Allah SWT akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat."

(Q.S Al-Mujadalah:11)

"Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan"

- HR Tirmidzi

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, kasih sayang, dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Yanti Puspita Sari dan Ayah Budiman, yang telah menjadi alasan terbesar di balik setiap langkah perjuangan ini. Terima kasih atas kasih sayang yang tak pernah berkurang, doa yang selalu dipanjatkan, serta setiap pengorbanan yang diberikan, baik tenaga, waktu, pikiran, maupun materi, demi memastikan penulis dapat menempuh pendidikan hingga menyelesaikan jenjang sarjana. Tidak ada kata yang mampu membalas segala pengorbanan dan cinta yang telah diberikan. Semoga tugas akhir ini menjadi salah satu bentuk kebanggaan dan hadiah kecil atas segala perjuangan yang telah Ayah dan Ibu berikan.
2. Adikku tersayang, Syifa Aulia Haifa, yang selalu hadir dengan perhatian, doa, dan dukungan tanpa henti. Terima kasih telah menjadi penyemangat di setiap proses yang penulis lalui hingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Seluruh keluarga besar, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, serta motivasi selama perjalanan pendidikan penulis. Terima kasih

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

karena selalu percaya bahwa setiap usaha yang dilakukan akan membuahkan hasil yang baik.

4. Ibu Dr. Sri Rusiyati, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing tugas akhir, yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, serta meluangkan waktu dan tenaga dalam setiap proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas setiap masukan, perhatian terhadap setiap detail penelitian, motivasi, serta semangat yang selalu Ibu berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik mungkin.
5. *Wedding by* Emaara, khususnya Kak Defia selaku Manager *Wedding by* Emaara, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian. Terima kasih atas bantuan, waktu, serta kesediaannya dalam memberikan informasi, data perusahaan, dan berbagai kebutuhan penelitian sehingga proses penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar.
6. Muhammat Delisae Siboro, terima kasih telah menjadi seseorang yang selalu hadir dalam setiap proses perjuangan ini. Terima kasih atas waktu, doa, perhatian, dukungan, kesabaran, serta semangat yang selalu diberikan, terutama di saat penulis merasa lelah dan kehilangan motivasi. Kehadiranmu menjadi salah satu alasan mengapa perjalanan ini terasa lebih ringan untuk dijalani.
7. Sahabat-sahabat terbaikku, Euis Paijatunnufus dan Lani Nurfadillah terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, keluh kesah, dan perjuangan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas setiap dukungan, doa, motivasi, serta kebersamaan yang telah menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini.
8. Teman-teman terdekat di bangku perkuliahan, Vriska Naya Jullistia, Rosa Jannatul Hira, Rahma Anggraini, Ramdhina Cipta, Syifa Inaya, Nanda

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Nurfadillah, serta seluruh teman-teman seangkatan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dukungan, semangat, serta pengalaman yang telah dibagikan selama menjalani perkuliahan. Semoga segala kenangan baik yang telah terukir menjadi cerita indah yang akan selalu dikenang.

9. Seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih atas segala doa, bantuan, motivasi, serta kontribusi yang telah diberikan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
10. Terakhir, untuk diriku sendiri. Terima kasih telah memilih untuk tetap berjalan, bahkan ketika langkah terasa berat. Terima kasih karena tidak berhenti meskipun pernah dipenuhi rasa lelah, ragu, takut gagal, dan ingin menyerah. Terima kasih telah belajar menerima bahwa setiap proses memiliki waktunya sendiri, bahwa tumbuh tidak selalu berjalan cepat, dan bahwa menjadi kuat bukan berarti tidak pernah jatuh, melainkan selalu memiliki keberanian untuk bangkit kembali. Tugas akhir ini bukan sekadar tanda berakhirnya masa perkuliahan, tetapi menjadi bukti bahwa setiap perjuangan, sekecil apa pun, akan menemukan garis akhirnya jika dijalani dengan kesabaran dan keyakinan. Semoga setelah ini, langkah yang diambil selalu membawa kebaikan, keberanian untuk terus bermimpi, serta kerendahan hati untuk terus belajar.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rahma Nur Aulia Budiman

Nim : 24220087

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa *Wedding by* Emaara", adalah asli (orsinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Nusa Mandiri dicabut/dibatalkan.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 5 Juli 2026

Yang menyatakan



Rahma Nur Aulia Budiman

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rahma Nur Aulia Budiman

Nim : 24220087

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right) atas karya ilmiah kami yang berjudul: "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa *Wedding by* Emaara", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Nusa Mandiri berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolaannya dalam pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internetatau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 5 Juli 2026

Yang menyatakan



Rahma Nur Aulia Budiman

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Rahma Nur Aulia Budiman
NIM	:	24220087
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Jenjang	:	Strata Satu (S1)
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa *Wedding by* Emaara

Telah dipertahankan pada Periode 2026-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 14 Agustus 2026

Pembimbing Tugas Akhir

Dosen Pembimbing : Dr. Sri Rusiyati, S.E., M.M. .....

Ditandatangani Digital:
Sri Rusiyati
2026-07-27 11:54:18

Dewan Penguji

Penguji I : Hary Mulyadi , S.E., M.M. .....

Ditandatangani Digital:
Hary Mulyadi

Penguji II : Wahid Akbar Basudani , S.E., M.M. .....

Ditandatangani Digital:
Wahid Akbar Basudani
2026-08-14 19:12:52

PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap

Konsumen Jasa *Wedding by* Emaara" adalah hasil karya tulis asli RAHMA NUR AULIA BUDIMAN dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya. Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama : RAHMA NUR AULIA BUDIMAN
Alamat : Kp.Sindangkarsa Rt 07 Rw 05 kelurahan Sukamaju Baru, Tapos, Depok.
No.Telp : 085691817492
E-mail : rahmanuraulia106@gmail.co

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, hidayah, karunia, serta ridha-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **"Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa *Wedding by* Emaara"** sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sarjana Universitas Nusa Mandiri.

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si., M.M., M.Kom., IPU, ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Nusa Mandiri.
2. Dr. Nita Merlina, M.Kom., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Mandiri.
3. Ibu Dr. Ida Zuniarti, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri.
4. Ibu Instianti Elyana, M.M., M.Kom., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri.
5. Ibu Dr. Sri Rusiyati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Tugas akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan..

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

7. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri, yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama proses administrasi akademik..
8. Manajemen *Wedding by* Emaara, beserta seluruh staf dan karyawan, yang telah memberikan izin penelitian serta membantu penyediaan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.
9. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini..
10. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan selama masa perkuliahan..
11. Seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan tugas akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung..

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan penyempurnaan karya ilmiah ini.

Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, serta menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti selanjutnya, dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 05 Juli 2026

Penulis



Rahma Nur Aulia Budiman

ABSTRAK

Rahma Nur Aulia Budiman (24220087), Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Konsumen *Wedding by* Emaara

Persaingan pada industri jasa pernikahan mendorong perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui penetapan harga yang sesuai, penyediaan fasilitas yang memadai, dan kualitas layanan yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa *Wedding by* Emaara. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 153 responden, melebihi jumlah sampel minimum sebesar 149 responden yang dihitung menggunakan rumus Krejcie dan Morgan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, fasilitas, dan kualitas layanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan, diikuti oleh fasilitas dan harga. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan, didukung oleh fasilitas yang memadai serta penetapan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen, mampu meningkatkan kepuasan konsumen jasa *Wedding by* Emaara. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga, fasilitas, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan kualitas layanan, mempertahankan kualitas fasilitas, serta menetapkan harga yang kompetitif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, SEM-PLS.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

ABSTRACT

Rahma Nur Aulia Budiman (24220087), ***The Influence of Price, Facilities, and Service Quality on Consumer Satisfaction at Wedding by Emaara***

The increasing competition in the wedding service industry requires companies to enhance customer satisfaction through appropriate pricing, adequate facilities, and excellent service quality. This study aims to analyze the influence of price, facilities, and service quality on customer satisfaction at Wedding by Emaara. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 153 respondents, exceeding the minimum sample size of 149 respondents calculated using the Krejcie and Morgan sampling formula. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method with SmartPLS software. The results indicate that price, facilities, and service quality each have a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality is the most influential variable, followed by facilities and price. These findings demonstrate that improving service quality, supported by adequate facilities and appropriate pricing that reflects the benefits received by customers, can enhance customer satisfaction with Wedding by Emaara's services. Therefore, it can be concluded that price, facilities, and service quality have a positive and significant influence on customer satisfaction. Consequently, the company should prioritize improving service quality, maintaining adequate facilities, and implementing competitive pricing strategies to achieve sustainable customer satisfaction.

Keywords: Price, Facilities, Service Quality, Customer Satisfaction, SEM-PLS.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

DAFTAR PUSTAKA

Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan Dan Pencapaian Brand Trust*. CV. Penerbit Qiara Media.

Aleksandra, I. G. A. A. M., Arjaya, K., & Sumadi, I. G. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Wedding Organizer terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di The Right Two Wedding Organizer Bali. *Journal of Tourism and Hospitality Analysis*, *1*(1).

Anggi, M., Hurriyati, ratih, & Hendrayati Heny. (2024). *Distribution And Service Quality To Customer Satisfaction In Cikal Wedding Planner*.

Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali*.

Ardiprawiro. (2024). *The Influence Of Prices, Service Quality, And Facilities On Customer Satisfaction Alfamart Bekasi Barat* (Vol. 3, Number 2).

Arrosadi, A. H., Verawati, D. M., & Novitaningtyas, I. (2022). Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Monera). In *Hal. 314 Ivo Novitaningtyas* (Vol. 5, Number 3). http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER

Artha, M. I. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ousa Wedding Organizer Surabaya*.

Baidun, A., Prananta, R., Harahap, M. A. K., & Yusuf, M. (2022). *Effect Of Customer Satisfaction, Marketing Mix, And Price In Astana Anyar Market Bandung*. https://doi.org/10.24256

BPS. (2025). *Nikah dan Cerai Menurut Provinsi (kejadian)*.

Danurdara, A. B., & Masatif, A. (2025). Assessing The Customer Experience Quality And Customer Loyalty: The Mediating Role Of Customer Satisfaction. *Innovative Marketing*, *21*(2), 248–259. https://doi.org/10.21511/im.21(2).2025.20

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Deshpande, S. K. (2025). Service Quality, Customer Satisfaction, And Loyalty In Event Planning: A Study Of Indian Weddings. *International Journal of Research - Granthaalayah*, *13*(4). https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v13.i4.2025.6130

Elyana, I., Martiwi, R., Nelfianti, F., Karlina, E., & Suardhita, N. (2023). The Influence Of Price Perceptions, Product Quality And Service Quality On Customer Satisfaction. *Quantitative Economics and Management Studies*, *4*(6), 1064–1070. https://doi.org/10.35877/454ri.qems2019

Fauziyyah, R. A. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Wedding Organizer New Soponyono Pusat Di Bekasi Utara Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam*.

Fitrayansyah, I. (2026). Pengaruh Kompetensi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer (WO) Fourgee Decoration Kota Banda Aceh. *Journal Of Business, Economics, And Finance*, *4*.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage. www.cengage.com/highered

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition* (3rd ed.). SAGE.

Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Simarmata, H. M. P., Permadi, L. A., & Novela. Vina. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.

Harmadji, D. E., Sidjabat, S., Effendi, N. I., Mardianto, D., Pratama, Y., Harahab, D. F., Umar, M., Utami, R. D., Guntarayana, I., Tarigan, B. A., Meigawati, I., Kusumajaya, R. A., & Putra, T. A. E. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*. PT. Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id

Icca, S. (2025). *Pengaruh Harga, Kualitas Dan Kreativitas Wedding Organizer "Nak Kawin Decoration" Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Jambi*.

Inaray, A. C. P., Soewignyo, F., Sumanti, E. R., & Mandagi, D. W. (2024). Exploring The Nexus Between Service Quality, Patient Satisfaction, And Recomendation Intention In Faith-Based Hospital Settings. *Ekonomi Dan Keuangan*, *8*(3), 398–417. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2024.v8.i3.6527

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Kholis, Amin, M. H., & Mufaizin. (2025). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Konsumen Tirta Gangga Wedding Decoration Planggiran Tanjung Bumi Bangkalan. *Journal of Islamic Economics and Finance (JoIEaF)*, *2*.

Komala, R., & Selvi, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online*. *13*(3), 483–491.

Koner, S., Mondal, A. S., & Roy, R. (2022). Impact Of Service Quality On Satisfaction An Empirical Investigation On Cosmetic Retail Stores In Burdwan District. *International Journal of Asian Business and Information Management*, *12*(3), 1–15. https://doi.org/10.4018/ijabim.294103

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th, Global Edition ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., Keller, L. K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.

Kurnia, R., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Experiental Marketing, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Dipenogoro Journal Of Management*, *11*(1). https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index

Lubis, M. H., & Anhary, A. sulaiman. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer Syadalli Production Di Bojongsari Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, *2*(6), 1–11. https://doi.org/10.61722/jemba.v2i6

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Malinta, A., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Q Di Kota Gorontalo. *JAMBURA*, *7*(1). http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Malinta, A., Wolok, T., Zulfia, & Abdussamad. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Q Di Kota Gorontalo. *JAMBURA*, *7*(1). http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Marlina, W. A. (2024). *Manajemen Pemasaran Global*. CV. Budi Utama.

Mulyawan, W. H. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Megavision Bogor)*.

Nugroho, M. I., Damara, R. D., & Sanjaya, V. F. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone: Studi Kasus Mahasiswa Uin Raden Intan Bandar Lampung*.

Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model Of The Antecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, *17*.

Prihatin, E. E. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Event Organizer Cleopatra Management*.

Ratnasari, D. (2023). *Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*. CV. Literasi Nusantara Abadi.

Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. UIN KHAS Press.

Ritonga, H. M., Fikri, M. El, Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*. CV. Manhaji.

Rizkiana, C., Bekti, S. M., Suryawardana, E., & Indriyanti, I. S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Jasa Wedding Organizer. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*.

Rusiyati, S., Suleman, D., Zuniarti, I., Nurhayaty, E., Puspasari, A., Mustomi, D., Ariawan, J., & Hakim, L. (2022). Mediation Of Consumer Satisfaction On Product Quality And Quality Of Service To Customer Loyalty Hanamasa Restaurant In Jakarta. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, *3*(6). http://www.ijosmas.org

Santoso, H. D., Aliami, S., & Damayanti, S. (2024). *Peran Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Wedding Organizer Liska Nganjuk*. *2*. https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/index

Saputra, R., & Wala, G. N. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Industri Jasa (Study Literature Review)*. https://doi.org/10.38035/jgsp.v2i2

Sari, D. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya*.

Silalahi, M., Candra, V., Sisca, S., Putri, D. E., & Julyanthry, J. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kinerja Guru Dalam Pembelajaran Daring Pada SMP Swasta Erlangga Pematangsiantar. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *6*(2), 388. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.433

Suardhita, N., Martiwi, R., Elyana, I., & Rahman, A. (2024). The Effect Of Customer Satisfaction And Trust On Customer Loyalty In The Shopee Marketplace. *Quantitative Economics and Management Studies*, *5*(2), 342–348. https://doi.org/10.35877/454ri.qems2494

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sutriani, Muslim, & Ramli, A. H. (2024). The Influence Of Experience, Satisfaction And Service Quality On Word Of Mouth Intentions And Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *12*(4), 1037–1052. https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i4.2605

Syahdina, A., Febriani, F. A., Melani, N., Airafaras, T., Prayudi, R. A., Arifien, M. R., & Abdulbar, H. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, *1*(1), 26–35. https://doi.org/10.62421/jibema.v3i1.140

Syakhnur, S., Titing, A. S., & Hendrik. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Wedding Organizer. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, *3*(2), 199–210. https://doi.org/10.37366/master.v3i2.793

Tamam, & Sanusi, U. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Siswa Pada Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 1 Kalianda. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (A. Diana, Ed.). Andi Yogyakarta.

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (M. Pradana, Ed.). CV Eureka Media Aksara.

Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. PT Elex Media Komputindo.

Wilson, A., Zeithaml, V. A., Jo Bitner, M., & Gremler, D. D. (2016). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw-Hill Education.

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (Ninth Edition)*. World Scientific.

Wirtz, Jochen., & Lovelock, C. H. . (2016). *Services Marketing*. World Scientific.

Wisnu W, L. M., Saufi, A., & Rinuastuti, B. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Medina Wedding Organizer. *JMM UNRAM - Master Of Management Journal*, *12*(4), 349–360. https://doi.org/10.29303/jmm.v12i4.785

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI