

Bibliography

- Abubakar, I. (2020). Effect of Marketing Mix on Customers Satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 3748-3751.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ansari, J. A. (2017). Relationship Between Marketing Mix With Brand Equity in Fitness and Aerobic Gyms. *International Journal of Education Research and Technology*, 36-39.
- Ayu, A. S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 459-468.
- Desi. (2020). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di Mewah Cafe*. Borneo: Universitas Borneo Tarakan.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2023*.
- Hayuningtias, P. (2020). The Impact of Marketing Mix on Customers Satisfaction and Customer Loyalty on Aqua Products. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 83-103.
- Ilham, T. (2016). Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*.
- Kotler and Armstrong. (2021). *Principles of Marketing 19th Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler and Keller. (2018). *Marketing Management 18th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. (2020). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice, Inc.
- Kuncoro. (2014). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Nadia, E. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Taharah Laundry*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniri.
- Nurfadillah, D. (2020). *Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Fasilitas Olahraga Depok Sport Center*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rismawati. (2013). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Pascabayar Halo di Kota Amuntai. *Jurnal Studi Ekonomi*, 89.
- Salamat, F. S. (2013). Customer Satisfaction in Private and Public Fitness Clubs in North Iran. *Academic Journals*, 1826-1832.
- Sekaran, U. (2017). *Research Method for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons. Ltd.
- Sugiyono. (2017). *Quantitative, Qualitative and R&D Research Methods*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Refika Aditama.
- Sylwia Gocłowska, Monica Piatkowska. (2020). Satisfaction Evaluation Model in The Light of Marketing Mix Applied to Fitness Club in Poland. *Journal of Physical Education And Sport*, 2036-2043.
- Tjiptono & Chandra . (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi .
- Utami, A. P. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 469-476.
- Wi-Ad'ha, K. Q. (2020). *2020*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Wulre, H. M. (2017). *Penelitian : Metode dan Analisis*. CV. Agung.