

DAFTAR PUSTAKA

- [1] norma zunika prasetiawan, *PENGARUH MUSIK PADA LATIHAN BEBAN DALAM MENINGKATKAN KEKUATAN OTOT BAHU (DELTOID) DAN PUNGGUNG (LASTTISIMUSDORSI) MEMBER FIK FITNESS CENTERTAHUN 2018 / 2019 SKRIPSI diajukan dalam rangka penyelesaian studi Strata 1 untuk memperoleh gelar Sarjana Pendi.* semarang: unnes.ac.id, 2020.
- [2] D. R. Pratama, T. Hidayah, and H. Setyawati, "Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Layanan Personal Trainer Terhadap Keputusan Menjadi Member Fitness Center," *J. Sport Sci. Fit.*, vol. 6, no. 1, p. 28, 2020.
- [3] F. SA'ADAH, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN FITNESS CENTER KABUPATEN SLEMAN," UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA, 2020.
- [4] S. Niempuna, "Alasan Pemilihan Fitness Center / Gym Ditinjau Dari Aspek Harga , Tempat , Promosi Alasan – Alasan Pemilihan Fitness Center / Gym Ditinjau Dari Aspek Harga , Tempat , Promosi," 2016.
- [5] E. S. M. Syamsul Hidayat, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN SISWA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN SEKOLAH DI SMK NASIONAL MOJOSARI," *Bisman (Bisnis dan Manajemen) J. Bus. Manag.*, vol. Volume 3, pp. 86–101, 2020.
- [6] M. A. Fikri, "ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN EKSPEDISI

POS INDONESIA,” *ejournal upnjatim*, pp. 31–68, 2021.

- [7] S. A. Imam, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA WEDANGAN LAWANG DJOENDJING DI KOTA SURAKARTA,” *Pertanian, J. Ekon.*, vol. 4, pp. 918–929, 2020.
- [8] A. GUSTINO, “PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MARONES COFFEE BANDUNG,” UNIVERSITAS PASUNDAN, 2019.
- [9] Maria Apriyani, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK FRESTEA,” UNPAS BANDUNG, 2017.
- [10] Y. Ramadhan, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KARTU PRABAYAR INDOSAT (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung),” universitas pasundan, 2018.
- [11] RANDI SURYAWIYANA, “PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP NILAI PELAYANAN SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS (Survey Pada Pelanggan PT Jasa Medivest Kota Bandung),” universitas pasundan, 2020.
- [12] M. . Dr Didin Fatihudin, S.e., M.Si and Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur, Kepuasahn dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV budi Utama, 2019.

- [13] anggi aprilla Nasution, "pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa j&t cabang mongonsidi medan," *Kumpul. Karya Ilm. Mhs. Fak. Sos. Sains*, pp. 14–57, 2019.
- [14] Y. Rivaldo and E. Yusman, "Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada," *J. As-Said. LP2M. Inst. Agama Islam Abdaullah Said Batam*, vol. 1, no. 1, p. 13, 2021, [Online]. Available: <http://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/AS-SAID/article/view/7>.
- [15] Fitriani, "PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE MADAM WANG SECRET GARDEN MALANG," *institutional Repos.*, pp. 7–29, 2020.
- [16] M. Mardiansyah, "PENGARUH PROSES, PEOPLE DAN PHYSICAL EVIDENCEDALAM MENINGKATKAN KEPUASAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS BATURAJA," *J. Ilm. Ekon. Ekon. BISNISUNIVERSITAS BATURAJA*, pp. 88–95, 2012.
- [17] M. O. Z. Yanti and H. Sukotjo, "Pengaruh Kesadaran Merek, Asosial Merek, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua," *J. Ilmu Dan Ris. Manaj.*, vol. 5, no. 5, p. 6, 2016, [Online]. Available: <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1557/1516>.
- [18] E. S. Wibisono, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo*, vol. 53, no. 9. 2019.

- [19] halim tsiang Rai, Ade, *No Title*. Jjakarta: penerbit libri PT BPK Gunung mulia, 2009.
- [20] D. Yuliani, "PENGARUH INFLASI , CURRENT RATIO , DAN EARNING PER SHARE TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES Dwi Yuliani Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya serta sebagai alternatif sumber dana operasional perusahaan . P," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 9, p. 7, 2020, [Online]. Available:
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2751/2762>.