

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, N. &. (2019). "Menyatakan bahwa persepsi dapat diaplikasikan guna kepentingan strategis dalam pemasaran, antara lain untuk membangun citra merek, memahami resiko yang dipersepsikan konsumen dan mengembangkan kualitas produk".
- Ashhabul, K. (2020). " Pengantar Manajemen".
- Dasril, W. N. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Pemerintah Daerah.
- Dwimawanti, I. H. Kualitas Pelayanan Publik.
- Febrida. (2020). "Proses persepsi konsumen".
- Firmansyah, F. &. (2019). "Mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima."
- Hardiansyah. (2015). Komunikasi Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta. Gava Media.
- Hardiansyah, M. Z. (2015). "Menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi."
- Hayati. (2017). Mengatakan bahwa "Pelayanan publik merupakan melayani dari aspek pelayanan dasar yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk dipenuhi sesuai dengan ketentuannya".
- Hermawan. (2018). "Mengatakan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat."
- Ibrahim, M. d. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- Kanedi, d. (2017). Menyatakan bahwa "Pelayanan adalah penyedia jasa yang diberikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, ketangkasan, interaksi kemampuan dan kesopanan."

- KBBI. "Menjelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani".
- Kotler. (2003). "Mengatakan bahwa ciri-ciri pelanggan yang merasa puas."
- Mardalis, A. (2005 111-119). " Meraih Loyalitas Pelanggan" Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini sudah migrasi) 9.2.
- Novyana. (2017). Mengatakan bahwa "Persepsi adalah suatu proses seseorang dapat memilih, mengatur, dan mengartikan informasi menjadi suatu gambar yang sangat berarti di dunia".
- Riani, N. K. ((2021) : 2443-2452). "Strategi peningkatan pelayanan publik." Jurnal Inovasi Penelitian 1.11 .
- Robbins. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat.
- Suhardi, S. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Dinas Kependudukan Kota Batam.
- Syukhairi, K. (2015). "Mengatakan bahwa ada 3 faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat".
- Tjiptono. (2011). "Mengatakan bahwa sesungguhnya pelanggan yang loyal sangatlah bernilai bagi perusahaan."
- Triannah, L. D. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan" Jurnal STEI Ekonomi.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.
- Wibowati. (2020). Menyatakan bahwa "pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk orang lain sesuai dengan keinginan dan harapan untuk mencapai kepuasan pelanggan."
- Wisnu. (2019). Menyatakan bahwa "Struktur organisasi merupakan sistem formal berupa tanggung jawab serta hubungan yang saling mempengaruhi."
- Yurita. (2017). "Mengatakan bahwa ada dua macam persepsi konsumen".
- Yurita. (2017). Menyatakan bahwa " Persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan."
- Kantor Imigrasi Kelas I TPI Padang, *Profil dan Sejarah*, 2024
- <http://Kanimpadang.kemenkumham.go.id> diakses Tanggal 26 Juni 2024

