

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta
- Asrizal, E. N., & Nasution, S. M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1). file:///C:/Users/Asus/Downloads/jurnal tm metopen/5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya 2021.pdf
- Azzahra, A., & MH Nainggolan, B. (2022). Pengaruh Media Sosial, E-wom, Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di R Hotel Rancamaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 481–496. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.288>
- Dewi, P. S. G. K., Nurcahyo, F., Bramantyo, A., Tehupuring, R., Silaban, Y. D. U., Srilestari, U., Lembu, Y. K., & Fauzan, A. (2024). Eksplorasi Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Richeese Factory). *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(01), 43–57. <https://doi.org/10.70429/jpema.v2i01.86>
- Dika Setiagraha, Ilham Prawidi Sakti, & Batin, M. H. (2023). Pengaruh Layanan Digital Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(1), 39–48. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i1.1029>
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar. (2018). Ilmu Perilaku Konsumen. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Fauzan Abdillah, R., & Pramesti, A. N. (2024). Dampak Rating dan Ulasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta*, 2(November), 1480–1494.
- Firdaus, H. R., & Wiyadi. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Destinasi, Persepsi Harga, Citra Destinasi, dan E-Wom Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Obyek Wisata Umbul Ponggok. *Center of Economic Student Journal*, 8(1), 59–77.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goyette, et al. (2020). E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for EService Context. *Journal of Administrative Sciences*. Volume 27: 5-23.
- Irawan, H. (2019). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Kasmir, (2019). *Manajemen sumber daya manusia (teori dan praktik)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Kamtarin, M. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth, Trust and Perceived Value on Behavioral Intention from the Perspective of Consumers. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 1(4), 56–66.
- Kotler dan Keller. (2017). *Marketing Management*. (edisi 14). Global edition: Pearson Education.
- Nasution, M.N. (2019). *Manajemen Jasa Terpadu: Total Service Management*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Noraini Sa'ait, Agnes Kanyan, Mohammad Fitri Narzin. (2021). The Effect of Electronic Word of Mouth (eWOM) on Customer Purchase Intention. *International Academic Research Journal of Social Science ISSN 2289-8441*.
- Nurasiah, L., & Christya Rahayu, H. (2025). the Influence of Service Quality, Product Quality, and Price on Customer Satisfaction At D'Besto Ujung Batu. *Variable Research Journal*, 02(02), 498–506.
- Parasuraman., (2019). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. New Jersey : Prentice Hall.
- Pramono. (2018). *Pertimbangan dalam Membeli. Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Prasetyo, A. B. (2022). Pengaruh electronic word of mouth (EWOM) terhadap purchase intention kosmetik lokal secara online. *Universitas Airlangga*.
- Ramadhana, R., & Nicky, M. F. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace. *Prospek*, 1(1), 157–166. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>
- Rostiana, K., Bawono, G. T., & Vieri, D. (2024). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen : Studi Kasus pada McDonald's. *Ebisnis Manajemen*, 2(4), 60–67.
- Rusydi. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, Alfabeta,. Bandung.
- Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2021). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

Tjiptono & Chandra, G. (2021). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta. Yogyakarta: ANDI