

## DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). P Electronic Word Of Mouth, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2823–2841. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.906>
- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Agustina, S. (2018). Artikel Pengaruh Brand Image , Trust , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Oleh : Sri Agustina Dibimbing Oleh : Program Studi Fakultas Ekonomi Surat Pernyataan Artikel Skripsi Tahun 2018. *Simki-Economic*, 02(02).
- Aldiana, U., Adji, S., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Kepuasan Konsumen. *ASSET Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).
- Aldiki, E. P., Hidayati, L. L. A., & Anisa, F. (2022). The Influence of Price and Product Quality on Repurchase Decision with Consumer Satisfaction as a Mediation Variable. *Urecol Journal. Part B: Economics and Business*, 2(2), 98–110. <https://doi.org/10.53017/ujeb.168>
- Amelia, E., Hurriyati, R., Sultan, M. A., Hendrayanti, H., & Christianingrum. (2023). The Influence of Price and Electronic Word of Mouth (E-Wom) On Purchase Decision on Tiktok Shop. *Jurnal Bisnis Strategi*, 31(2), 130–137.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, ESJ, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Arif, R. (2020). PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ( Studi Komparatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari ). Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Atul, L., N, B., Rachma, & Hufon, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Fashion Online Shop Joyism Di Instragram Oleh. *E – Jurnal Riset Manajemen*, X, 82–94.
- Balqiah. (2002). Pengukuran Afeksi dan Kepuasan Pelanggan : Kasus Penumpang PT Pelita Air Services. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 1(1), 8–18.
- Bambauer-Sachse, S., & Mangold, S. (2011). Brand equity dilution through negative online word-of-mouth communication. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(1), 38–45.
- Barnes, S. J., & Corbitt, B. (2003). Mobile Banking: Concept and Potential. *International Journal of Mobile Communications*, 1, 273–288.
- Damayanti, E. D., & Wasino, W. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Pengguna Virtual Office di Tripleso Jakarta Pusat. *J-CEKI : Jurnal Cendekia*

- Ilmiah*, 2(6), 708–721. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i6.1861>
- Erdalina, W. (2018). Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand And Body Lotion Di Pariaman. *MENARA Ilmu*, XII(9), 155–164.
- Faisal Suddin, A. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Ayam Pedaging Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Dan Industri Peternakan*, 1(1), 1–12.
- Ferdinand, N. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi Kedua Puluh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Hair Jr., J. F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Halim, P., Swasto, B., Hamid, D., & Firdaus, M. R. (2014). The influence of product quality , brand image , and quality of service to customer trust and implication on customer loyalty. *European Journal of Business and Management*, 6(29), 159–166.
- Haq, I. N. (2018). Determination of Price and Customer Satisfaction. *Journal of Economic Studies*, 1(2), 97–108. <https://doi.org/10.32506/joes.v1i2.179>
- Helen, H., & Tunjangsari, H. K. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-Wom) Dan Country Of Origin (Coo) Terhadap Purchase Intnsion; Melalui Mediasi Brand Image Terhadap Produk Nature Republic Di Universitas Tarumanagara*. Universitas Tarumanagara.
- I Gusti, N. S. W., Ni Wayan, C. A. P., Ni Nyoman, M., & I Gede, D. Y. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1), 107–115.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context (a State of the Art Analysis and Future Directions*. UK: Springer.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2021). *Pengaruh Word of Mouth, Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Ivan, S., & Wahyudi, A. (2018). Pengaruh E-Wom (Electronic-Word-Of-Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Di Agoda.Com. *Jurnal Management Perhotelan*, 3, 128–138.
- Jeong, E., & Jang, S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356–366.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok

Gramedia.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran , Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition*. UK : Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management. 14th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- M. Fiqih Syahputra G., Ritonga, H. M., & Lubis, H. (2022). The Influence Of Product Quality, Price And Service Quality On Consumer Satisfaction (Coffeetree Case Study In Medan). *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences (Injects)*, 3(2), 199–204. <https://doi.org/10.53695/injects.v3i2.740>
- Marjaya, I., & Pasaribu, F. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 129–147. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3650>
- Mufashih, M., Maulana, A., & Shihab, M. S. (2023). The Influence of Product Quality, Electronic Word of Mouth and Brand Image on Repurchase Intention in Coffee-To-Go Stores with Consumer Satisfaction as Intervening Variables. *International Journal of Social Service and Research*, 3(8), 1958–1970. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i8.498>
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–211. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986>
- Pangastuti, C. C., & Tjahjaningsih, E. (2023). On Loyalty to Scarlett Product Customers ( Study On Scarlett Customers in Pati City ) Pengaruh e-WoM Dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Terhadap Pelanggan Produk Scarlett ( Studi Pada Pelanggan Scarlett di Kota Pati. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(April), 2386–2395.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS - Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: MediaKom.
- Putri, V. A., Sadeli, A. H., Pardian, P., & Noor, T. I. (2020). Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Ewom Sayuran

- Organik Di Warung Sehat 1000 Kebun. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 554. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i2.3268>
- Razak, I. (2016). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 30, 59–68
- Razak, I., & Nirwanto, N. (2016). The impact of product quality and price on customer. *Journal of Marketing and Consumer Satisfaction*, 30(2012), 59–68.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Definisi perilaku konsumen, buku pendekatan praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, I., Rinawati, T., Rizkiana, C., & Dpari. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Online Consumer Review (Ocr) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Solusi*, 20(2), 160. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i2.5147>
- Sindunata, I. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Alfabeta (ed.)). CV. Santrock, John W (2003).
- Sugiyono. (2018). *Metode Peneliian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offsite.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivivty*, 3(1), 7–12.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa, indikator kepuasan pelanggan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Strategik, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. ANDI.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi-2. Cetakan ke-13*. Jakarta : Rajawali Pers.

- Wibowo. (2015). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Winarno, W. W. (2011). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP STIM YKPN).
- Yang, Y., Park, S., & Hu, X. (2018). Electronic Word Of Mouth And Hotel Performance: A Meta-Analysis. *Tourism Management*, 67, 248–260.
- Yunima, R., Lestari, R. B., & Widagdo, H. (2012). Pengaruh Brand Image , Brand Trust , dan Company Reputation Terhadap Loyalitas Handphone XYZ Di Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 1–9.