

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmudin, A., & Ranto, D. W. P. (2023). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel di Yogyakarta. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 158-168.
- Almira, M. D. (2021). Analisis Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Citra Produk, dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Aini Fashion Kotapinang. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 1(3), 449–461.
- Arif, F. A., & Wawo, A. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan likuiditas terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2), 177-195.
- Fitri, D. Y., & Nisa, P. C. (2022). Pengaruh Trust, Word of Mouth Dan Repurchase Intention Terhadap Kepuasan Pelanggan Generasi Millennial Produk Minuman Street Boba. *J. Ecodemica J. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, 6(2), 236-249.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Hatta, I. H., & Setiarini, S. (2018). Pengaruh word of mouth dan switching cost terhadap keputusan pembelian dan loyalitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 32-40.
- Hatta, I.H. dan Setiarini, “Pengaruh Word Of Mouth dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Loyalitas”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 19 No. 1, 2018: 32-40
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). Traditional Wordof-Mouth (WOM). *Nyilasy 2005*, 5–15. https://doi.org/10.1007/978-3-319-52459-7_2
- Jalilvand, M. R., Salimipour, S., Elyasi, M., & Mohammadi, M. (2017). Factors influencing word of mouth behaviour in the restaurant industry. *Marketing Intelligence and Planning*, 35(1), 81–110. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2016-0024>
- Joesyiana, K. (2018). Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan (Outdoor Study) pada Mata Kuliah Manajemen Operasional (Survey pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Semester III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda). *Peka*, 6(2), 90-103.
- Julianti, Dini Anindya & Junaidi, Ahmad. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*. Vol.4 No.1, 75-81
- Karina, M., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Relationship Marketing dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mustika Ratu Pada Gerai Dan+ Dan

Jakarta. *KOMPLEKSITAS: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS*, 10(2), 79-91.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.*Jakarta: PT. Indeks
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations in the Age of Disruption: 17 Pengakuan Professional PR & Kunci Sukses Membangun Karier pada Era Disrupsi*. Bentang B first.
- Mahendri, W., & Sholiha, M. A. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Dana. *Jurnal Administrasi Kantor*, 10, 265-275.
- Matos, C. A. D. (2011). Uma generalização empírica sobre comunicação boca a boca usando metanálise. *Revista de Administração Contemporânea*, 15, 877-896.
- Momuat, S. F., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Axa Financial Indonesia Kantor Pemasaran Manado. *Jurnal Emba*, 9(3), 252–260.
- Mufidah, W. (2021). PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO TUGU GEDE MAYONG. *JEKMA*, 2(3).
- Mulyaningtiyas, R. D., Junaidi, M. A., & Wulandari, D. (2020). Pengaruh Relationship Marketing Dalam Trading Pupuk Urea Terhadap Loyalitas Pelanggan (Kasus Pada PT Pupuk Kujang, Cikampek, Indonesia). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 3(3), 156-165.
- Notowijoyo, Edwin & Loisa, Riris. (2020). Analisis Komunikasi Pemasaran Go-pay Melalui Promosi Cashback. *Prologia*. Vol.4 No.2, 332-338.
- Nurbakti, R., Beddu, M., & Runtu, M. R. G. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT JNE Express Cabang Makassar. *Jurnal Kewirausahaan*,
- Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). Effects of E-marketing and social media marketing on E-commerce shopping decisions. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1), 76-82.
- PRIANTO, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Peace Racing Design (PRD) Secara Online* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA).
- Priyanto, A., & Putra, D. P. (2019). Pengaruh Balance Exercise Terhadap Keseimbangan Postural Pada Lansia. *Nursing Update: Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan P-Issn: 2085-5931 E-Issn: 2623-2871*, 11(1), 19-27.
- Ramdani, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Elzatta Cabang Bandung Indah Plaza* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

- Semaranata, I. W. M., & Telagawathi, N. L. S. (2022). Pengaruh Relationship Marketing dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 63-71.
- SIKRIL, M. (2022). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DENGAN NARSISME SEBAGAI VARIABEL MODERASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Kasus Penggunaan Shopee pada Mahasiswa di Universitas Se-Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111-118.
- Tjiptono Fandy. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Andi.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163.