

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jawa Barat: Pustaka Setia.
- Ali, S. K., & Simdani, D. L. (2018). Analisa pengaruh lokasi dan servicescape terhadap keputusan menginap konsumen pohon inn hotel. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(1).
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Penerbit Graha Ilmu Jakarta.
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The Impact of Electronic Word of Mouth Communcations: A Literature and Integratice Model. *Decision Support System*, 54, 461-470.
- Erdin, A. R., & Kasmita, K. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel New D'dhave Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 1(2), 59-63.
- Fandy Tjiptono, (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fierta, M. (2021). Pengaruh *Costumer Relationship Management dan Word of mouth* Terhadap keputusan Menginap pada Garuda Plaza Hotel Medan (Doctoral dissertation).
- Finora, R. T. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Menginap di Hotel Daima Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Harrison-Walker, L. Jean (2001). The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitments as potential antecednts. *Journal of Service research*, Vol. 4, No. 1, 60-75.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Dari Mulut ke Mulut Word of mouth*. Media Presindo.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., ... & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (dasar & konsep)*. Media Sains Indonesia.

- Honggoriansyah, D., Karo, P. K., & Permatasari, M. (2020). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada hotel berbintang tiga di kota Palembang. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 4(2), 82-102.
- Indrasari, M., Hapsari, I. N., & Sukesi, S. (2019). Customer loyalty: effects of sales information system, marcomm, and brand ambassadors. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2), 182-198.
- Juniarta, P. P., Sari, R. J., Saputra, K. W. A., & Astawa, I. N. D. (2023). Analisis Electronic Word of Mouth (e-WOM) dalam Keputusan Menginap: Study Kasus Pengaruh e-WOM Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Richland Glamping Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 547-554.
- Katemung, L. T. S., Kojo, C., & Rumokoy, F. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2).
- Kavanillah, D., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 146–164
- Kotler & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Benyamin Molan. Edisi Dua Belas Jilid 2. Jakarta: Erlangga. Hal 274.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, & Lane, K. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing*. 12th edition. England: Pearson Education, Inc.
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, *Word of mouth*, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(1), 51-60.
- Mangkunegara P. A. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Prasetyo B. D. dkk. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press.
- Putri, F. C., Kumadji, S., dan Sunarti. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Legipait Coffeeshop Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34(1), 86-95.
- Rao, Purba. (2006). *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Rustan, Suriyanto. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Situmorang, A. D. (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Merek terhadap Keputusan Menginap di Hotel Marin Anugrah Hotel & Restaurant di Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Sumardy, (2011). *The Power Of Word Of Mouth Marketing*, Jakarta
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku konsumen.
- Taan, H., Abdussamad, Z. K., & Palangka, I. (2020). Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Grand Q Hotel Kota Gorontalo. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 53-65.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1-18.
- Tjiptono, dan Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, (2014), *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*, Yogyakarta: Andi Offset.

Utami, Christina Whidya, (2012). Manajemen Ritel.Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Edis ke-3. Jakarta: Salemba Empat.

Yunita, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, *Word of mouth*, Faktor Pribadi, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Warung Makan Koki Kita Kota Magelang) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).