

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. UB Press.
- Andriyani Widyastuti, R. I. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Biaya Pendidikan pada Word of Mouth di STEI Yogyakarta*.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52>
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). The Studi Empiris tentang Perilaku Pelanggan Produk Air Minum dalam Kemasan Ditinjau dari Variabel Harga dan Kesadaran Merek. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(3), 179. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i3.434>
- Dewi, N. N. K., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(10), 243453. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/32403/20967>
- Dharmawan, E., & Hidayat, I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Word of Mouth (Wom) Yang Dimediasi Kepuasan Konsuen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(2), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/966>
- Fillayata, V. E., & Mukaram. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap

Kepuasan Pelanggan (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung).
Industrial Research Workshop and National Seminar, 7–8, 969–976.

Han, H., Al-Ansi, A., Chi, X., Baek, H., & Lee, K. S. (2020). Impact of environmental CSR, service quality, emotional attachment, and price perception on word-of-mouth for full-service airlines. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10). <https://doi.org/10.3390/SU12103974>

Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>

Jin, N. (Paul), Merkebu, J., & Line, N. D. (2019). The examination of the relationship between experiential value and price fairness in consumers' dining experience. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(2), 150–166. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1592652>

Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal Of Retailing and Consumer Services*, 50(March), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005>

Lestari, A. (2013). Terhadap Word of Mouth Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Timezone Plaza Surabaya). *Jurnal Buletin Ekonomi*.

- Nisa. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP WOM (WORD OF MOUTH) MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA BUS PUTRA MAS KELAS EKONOMI. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Pratama, B. N. (2016). Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Warung Spesial Sambal Cabang Bintaro 1). *Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–198.
- Rahman, A. S., Desembrianita, E., Pascasarjana, P., Manajemen, M., & Gresik, U. M. (2023). *PENGARUH SERVICE QUALITY DAN HOSPITAL IMAGE TERHADAP REVISITINTENTION MELALUI WORD OF MOUTH PADA LAYANAN*. 3(1), 199–222.
- Rambe, N., Maksum, C., & Jasin, M. (2017). Pengaruh Pelayanan, Citra Merek dan Harga terhadap Word Of Mouth Dengan Pembelian Ulang. *Ekobis*, 1(3), 5–24.
- Saktiani, G. A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Word of Mouth. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2), 342–353. www.publikasi.unitri.ac.id 349
- Sijabat, R. (2016). Membangun word of mouth positif. *Infokam*, 1(7), 24–31.
- Siti Zulaikha Wulandari, Sri Murni Setyawati, F. A. M. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Word of Mouth Melalui Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Suasana Toko (Studi Empiris Pada Usaha Kuliner di Purwokerto). *Sustainable Competitive Advantage-9*, 9(373), 373–

383.

Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek.

Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3(3), 66.

<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4822>

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi.

Surya Wijaya, N., Said, S., & Landra, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Dan Harga (Biaya Pendidikan) Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Lpk Sekolah Perhotelan Bali). *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 6(2), 101–104.

<https://doi.org/10.22334/jihm.v6i2.25>

Syifa Zakia Nurlatifah¹, R. M. (2017). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN WORD OF MOUTH (WOM) DAN PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA (NASABAH) PADA BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) KOTA BANDAR LAMPUNG. *Jurnal Manajemen Indonesia*.

<https://Doaj.Org/Article/Ea65eba20c7045858878b2aec206fa10>

Thegar, I. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DAN WOM DI KAWASAN WISATA RAJA AMPAT. *Journal of Controlled Release*.

Tjintiadewi, N. K., & Rahyuda, I. K. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan

Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Wom Pasien Di Rsu Prima Medika.

E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 7(11), 6184.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p14>

Tohar, M. A., & Wibawanto, S. (2020). *Pengaruh Price Fairness terhadap Perceived Value dan Satisfaction pada Makanan Lokal Kebumen*. 1–11.

Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Thiam Hock, R. L., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721>

Wahyudi, (Wahyudi), & Nora, (Liza). (2017). Pengaruh Kualitas Sekolah Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Word of Mouth. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), 447–464.