

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, S. (2018). Pengaruh Online Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Consumer Perception Sebagai Mediasi Pada Travel Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 12*, 94-100.
- Ali Hasan, N. W. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunung Kidul. *Jurnal Media Wisata, Volume 13, Nomor 1*, 224-238.
- Arif, M. E. (2019). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (Ewom), Brand Image, And Price On Re-Purchase Intention Of Airline Customers. *Journal Of Applied Management Volume 17*, 345-356.
- Aryadi, A. A., & Roostika, R. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Situs Web/ Aplikasi Booking Hotel Terhadap Citra Merk Dan Minat Beli Hotel. *Aa Aryadi - 2018 - Dspace.Uii.Ac.Id*, 1-23.
- Dharmayanti, D. B. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Terhadap Customer Satisfaction Cafe My Kopi-O . *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2*, 1-8.
- Dharmayanti, D., & Widjaja, G. G. (2020). Analisa Pengaruh Market Orientation Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Value Dan Customer Intimacy Sebagai Variabel Intervening Di Vasa Hotel Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-12.
- Duan, G. (2020). Analisa Electronic Word Of Mouth (Ewom) Pada Online Travel Agent (Ota) Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 64-78.
- Ekawati, N. K., & Wayan, N. (2020). Brand Image Memediasi Hubungan E-Commerce Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 6*, 2268-2287.
- Farida, F. K. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Alfa Cell Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 1121-1134.

- Fathoni, H., & Yusup, D. K. (2020). Relasi Sharia Value Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Syariah Bandung Jawa Barat. *Http://Digilib. Uinsgd. Ac. Id 1.1*, 1-12.
- Ferdinand. (2002). Pengembangan Minat Beli Merek. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*, 21-26.
- Hidayah, S. A. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal Of Economic, Business And Engineering Vol. 1, No. 1*, 24-31.
- Innocentius Bernarto, I. N. (2019). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus: Tokopedia.Com). *Jurnal Manajemen Indonesia* , 80-90.
- Islam, A. F., Purwanto, A., & Zulkhifli. (2021). Peran Consumer Trust Memediasi Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Menginap Pada Hotel Citihub Kota Malang. *Islam, Arvin Firmansyah, And Arief Purwanto. "Peran Consumer Trust Memediasi Eleconference On Economic And Business Innovation. Vol. 1. No. 1*, 1-12.
- Junaidi, N. W. (2015). Analisa Pengaruh Customer Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Pisa Kafe Manyar Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 3, No. 1*, 1-12.
- Keller, K. (2013). *Srategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity. Pearson Education, Inc., England.*
- Laura Adeline Poedjion, S. H. (2020). Analisa Electronic Word Of Mouth (Ewom) Pada Online Travel Agent (Ota) Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 64-78.
- Oceani, S. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware Di Magelang. *Diponegoro Journal Of Management* , 1-13.

- Permatasari, S. A., & Wulandari, A. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Kunjung Hotel Aston Tahun 2020. *E-Proceeding Of Applied Science : Vol.6, No.2*, 2782-2791.
- Regine Lie, R. J. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Reservasi Hotel Bintang 4 Dan Atau Bintang 5 Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Perantara. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 609-620.
- Stefanie, A. (2018). Pengaruh Online Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Consumer Perception Sebagai Mediasi Pada Travel Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 2, 94-100.
- Subagio, Y. L., & Hartono. (2014). Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1*, 1-11.
- Suryawan, I. N. (2019). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus: Tokopedia.Com). *Jurnal Manajemen Indonesia (Vol. 19(1))*, 80-90.
- Verenleorenwijaya. (2020). Pengaruh Green Brand Image Terhadap Repurchase Intention Dengan Green Brand Satisfaction Dan Green Brand Trust Sebagai Mediator Pada Starbucks Coffee Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 18-34.
- Virenabia, C., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Pada Followers Instagram Bandung Makuta. *E-Proceeding Of Management : Vol.5, No.1*, 1000-1009.
- Wijayanto, M. G. (2021). Pengaruh E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word Of Mouth (E-Wom) Sebagai Variabel Intervening E-Commerce Buka Lapak Pada Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 18-29.

<https://padangkota.bps.go.id/>

<https://www.traveloka.com/idid/hotel/indonesia/city/padang-101687/3-star-hotels-in-padang>

