

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I. M. 2021. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Followers Kedai Kopi Nakoa Malang)". Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Cahyaningrum, F. 2020. "Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser dan Country of Origin Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image di Wardah Cosmetic Semarang". Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi.
- Cara Uji Analisis Jalur (Path Analysis) dengan SPSS Lengkap. dari <https://cutt.ly/CFlAVWR> (diakses pada 24 Maret 2022)
- Hamidun, Mohammad Ali. 2018. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image.)
- Imam Ghozali, 2017. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9.
- Keputusan Menteri Nomor KM.94/HK.103/MPPT-87 tentang Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel. dari <https://cutt.ly/gFISUkX> (diakses pada 19 Maret 2022)
- Kusuma, Aditya Fadzi., dan Wijaya, Tony. 2022. Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30-42.
- Lie, R., dan Jokom, R. 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*.
- Palembang Memperketat PPKM Mikro, Mulai 9 Juli 2021 – Suara Sumsel. dari <https://cutt.ly/6FlScW7> (diakses pada 18 Maret 2022)
- Pentury, L. V., Sugianto, M., dan Remiasa, M. 2019. "Pengaruh eWOM Terhadap Brand Image dan Purchase Intention Pada Hotel Bintang Tiga di Bali". *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 5, No. 1, 26-35.

- Putri, Desak P.Y.P.P., Santra, Ketut., dan Putrana, I Wayan. 2021. "Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Decision (Studi Pada Salah Satu Hotel Bintang 5 Bali). *Jurnal Akuntansi Politeknik Negeri Samarinda*, Volume 17 No 1 April 2021.
- Rahman, M. A., et al. 2018. "Impact of Electronic Word of Mouth (eWOM) on Brand Image and Online Purchase Intention: The Perspective of Bangladesh". In *Proceedings of 3rd International Conference on Dynamic Innovation*, pp. 61-79.
- Razany, R. F., dan Herieningsih, S. W. 2018. "Pengaruh Persepsi Pada Electronic Word of Mouth (e-WOM) melalui Beauty Vlogger dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Catrice".
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
-, 2020. *Metode Penelitian Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Suyoga, I. B. G. A., dan Santika, I. W. 2018. "Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli". *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 6, 3230-3257.
- The Excelton Hotel Palembang. dari [Excelton.id](https://www.excelton.id) (diakses pada 7 Maret 2022)
- Uji Reliabilitas – Konsultan SPSS. dari <https://cutt.ly/FFIA7XE> (diakses pada 24 Maret 2022)
- Wicaksono, J. S. 2019. "Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Negara Asal Terhadap Minat Beli Helm Zeus dengan Citra Merek Sebagai Intervening (Studi pada Followers Instagram Juragan Helm)". Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta.
- Wongso, M. F., dan Mulyandi, M. R. 2019. "Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention".
- Yohana, N. K. Y., Dewi, K. A. P., dan Giantari, I. G. A. K. 2020. "The Role of Brand Image Mediates the Effect of Electronic Word of Mouth (e-WOM) on Purchase Intention". *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Vol. 4, Issue-1, pp-215-220.

Yudanegara, Aditya., dan Rahmi, Palupi Permata. 2019. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM di Kota Bandung".