

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H., Oktafiyani, M., & Muftadi, N. (2021). *HALAL LIFESTYLE Theory and Practice in Indonesia* (M. Syaifuddin, Ed.). ZAHIR PUBLISHING.
- Akbarina, F., Khoirunisa, R., & Muslim, S. (2025). Optimalisasi Brand Image Melalui Kualitas Pelayanan dan Electronic Word of Mouth pada Hotel Aston Inn Batu. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 4(4).
- Alfiyah, H., & Komariah, N. S. (2021). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT. AUTOPLASTIK INDONESIA KARAWANG TIMUR. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*.
- Anjeli, R. (2022). PENGARUH PRICING OF GREEN PRODUCT DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH (STUDI PADA KONSUMEN PESONA KOMSETIK PASIR PENGARAIAN). *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Anjursari, A., Setiyani, L., & Riono, S. B. (2023a). Pengaruh Rebranding, Kualitas Produk, Kualitas Informasi dan Relationship Marketing terhadap Brand Image Produk Glow and Lovely pada Toko Azkiya Kosmetik. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 94–106.
- Anjursari, A., Setiyani, L., & Riono, S. B. (2023b). Pengaruh Rebranding, Kualitas Produk, Kualitas Informasi dan Relationship Marketing terhadap Brand Image Produk Glow and Lovely pada Toko Azkiya Kosmetik. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 94–106.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3).
- Ayatina, H., Astuti, F. T., & Makfi, M. miqdam. (2021). TREN BISNIS & PENERAPAN PRINSIP SYARIAH PADA INDUSTRI PERHOTELAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 2(2), 525–537. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol2.iss2.art11>

- Azka, M. G. M., Nurhidayat, F., & Putranto, A. (2024). Pengaruh Lifestyle, Service Quality, Price Perception, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics, Management, and Business*, 3(1), 63–73. <https://doi.org/10.32699/magna.v3i1.6798>
- Azzahra, A., & Nainggolan, B. M. (2022). Pengaruh Media Sosial, E-wom, Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di R Hotel Rancamaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 481–496. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.288>
- Bahfein, S., & Alexander, H. B. (2023, September 23). *Mitra Syariah RedDoorz Melejit 500 Persen, Tembus 2.000 Hotel*. <https://www.kompas.com/properti/read/2023/09/23/060000821/Mitra-Syariah-Reddoorz-Melejit-500-Persen-Tembus-2.000-Hotel>.
- Budiyono, R., & Novandalina, A. (2023). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of Digital Marketing and Customer Relationship Marketing on Tourist Decisions. *Rokhmad Budiyono & Arini Novandalina/ Journal of Economic Education*, 12(1), 188–197. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Dini, T. (2023, September 7). *Okupansi Rerata 85%, Ini Profil Pengunjung Properti RedDoorz*. FORTUNE INDONESIA.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus.
- Erland Prawiratama, M., Raja, D., & Saragih, U. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MENGINAP DI HOTEL LE MERIDIEN JAKARTA*. <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd>
- Ezzat, M., Abd, M., Monem, E., Abd, E., & Salam, E. (2022). Impact of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention: Mediating Role of Brand Image and Brand Trust of Tourist Destinations and Hospitality Establishments in Egypt. *Minia Journal of Tourism and Hospitality Research*, 14.
- Fachrurazi, Silalahi, S. A., Hariyadi, & Fahham, A. M. (2022). Building halal industry in Indonesia: the role of electronic word of mouth to strengthen the halal brand image. *Journal of Islamic Marketing*, 14(8), 2109–2129. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0289>
- Febrianti, Z., & Ahmadi, M. A. (2024a). Pengaruh Electronic World of Mouth (E-WOM) pada Sosial Media Terhadap Brand Image dan Minat Beli

- Produk. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
<https://doi.org/10.62710/9tcxd109>
- Febrianti, Z., & Ahmadi, M. A. (2024b). *Pengaruh Electronic World of Mouth (E-WOM) pada Sosial Media Terhadap Brand Image dan Minat Beli Produk*. 2(1). <https://doi.org/10.62710/9tcxd109>
- Febryaningrum, V., Buana, A. V., Rohman, A. F., Rochmah, A. N., Soraya, A., & Suparta, I. M. (2024). Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 258–266. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Fitriasari, D., & Ahmadi, M. A. (2025). Literature Review Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen pada Sosial Media: Review Produk, Reputasi Merek, Dampak Terhadap Perjualan. *PENG Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b). <https://doi.org/10.62710/b1drrw04>
- Fraya, V., & Nst, H. (2023). PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN DIMEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK PADA INDOMARET CABANG MANDALA BY PASS. In *Jurnal Ilmiah Metadata* (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.47652/metadata.v5i2.389>
- Hamdan, I., & Perdhana, M. S. (2022). PENGARUH WORK FROM HOME TERHADAP WORK LIFE BALANCE DENGAN WORK ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA LAKI-LAKI YANG SUDAH MENIKAH DAN MEMILIKI ANAK. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(6).
- Hendradewi, S., Festivalia, F., Irfal, Laksmi, G. W., & Aryapranata, A. (2025a). ANALYSIS OF REDDOORZ SYARIAH DEVELOPMENT IN JAKARTA. *International Journal of Education, Business and Economics Research*, 05(03), 284–292. <https://doi.org/10.59822/ijeber.2025.5313>
- Hendradewi, S., Festivalia, F., Irfal, Laksmi, G. W., & Aryapranata, A. (2025b). ANALYSIS OF REDDOORZ SYARIAH DEVELOPMENT IN JAKARTA. *International Journal of Education, Business and Economics Research*, 05(03), 284–292. <https://doi.org/10.59822/ijeber.2025.5313>
- HS, S., & Faizi. (2025). *METODE PENELITIAN Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (D. H. Sari, Ed.). CV. EUREKA MEDIA AKSARA.

- Irama, D., & Abror, A. (2019). The Effect of Service Quality, Halal Tourism on Brand Image of Hotels in Padang. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 97.
- Iryani, B. S., Jati, W. S., Hasibuan, S., & Belantika, B. T. (2024a). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya Hotel and Other Accomodation Statistics* (E. Suryani, Ed.; Vol. 39).
- Iryani, B. S., Jati, W. S., Hasibuan, S., & Belantika, B. T. (2024b). *STATISTIK HOTEL DAN AKOMODASI LAINNYA HOTEL AND OTHER ACCOMMODATION STATISTICS* (E. Suryani, Ed.; Vol. 39). Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2013). *Building, Measuring, and Managing Brand Equity Strategic Brand Management*.
- Khotimah, I., & Sulistyowati, R. (2022). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) DI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI SURABAYA (STUDI PADA WISATAWAN YANG PERNAH MENGUNJUNGI WISATA SEJARAH SURABAYA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1).
- Kuncoro, A. (2024). THE IMPACT OF BRAND IMAGE MODIATION ON THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY. *Journal of Economics and Public Health*, 3(1). <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JEPH>
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *EMBIS JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL*, 1(2), 75–82. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Lestari, S. E., Suhud, U., & Krissanya, N. (2025). *The Role of E-WOM, Perceived Price, and Perceived Quality in Building Brand Image and Visit Intention at SANS Hotel RedDoorz Jakarta among the Young Generation*. 2(4), 476–491. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i4.5921>
- Maliki, R. M., Hanif, & Hilal, S. (2023). Peran halal lifestyle dan brand image dalam pembuatan keputusan pembelian produk belanja online pada generasi z di Bandar Lampung. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 20(4), 484–494.
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L.]). *Barekeng*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

- Martiasari, L. D., & Hendratmi, A. (2022). Menilai Halal Awareness dan Lifestyle Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4), 523–533. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp523-533>
- Minanda, H., Ulya, B. N., & Nita, K. S. (2023). ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP BRAND IMAGE DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE GILI TRAWANGAN LOMBOK. *Open Journal Systems*, 17(10).
- Najjiya, H. A., Lathif, M. A., & Indrianti, C. R. (2024). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL CAHAYA VILLA GARUT. *Jurnal Statistika Bisnis*, 1(1). www.jurnal.uniga.ac.id
- Nur Amalia, E., Satya Putra, T., Cempaka Wijaya Murti, D., Ahmad Fauzi, G., Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, S., & Atma Jaya Yogyakarta, U. (2024). MENILIK PERAN ETIKA DALAM HOTEL BRANDING: PENGARUH CONSUMER PERCEIVED ETHICALITY TERHADAP CITRA MEREK DAN KOMITMEN MEREK. *MODUS*, 36(1), 59–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/modus.v36i1.8238>
- Nur Fadillah, & Violintikha Harmawan. (2025). Pengaruh Online Review terhadap Brand Image di UNP Hotel & Convention Center Padang. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 4(1), 15–28. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v4i1.1916>
- Nurbakti, R., Beddu, M., Rasdy, M., & Runtu, G. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT JNE Express Cabang Makassar. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(3).
- Praptiningrum, D. A., & Talumantak, R. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL MERCURE JAKARTA GATOT SUBROTO. In *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional* (Vol. 4, Issue 3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54783/jin.v4i3.587>
- Putri, N. R., Rizan, M., & Febrilia, I. (2024). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA E-COMMERCE DI JAKARTA. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.22996>
- Putri, R. C., Fitria, E., & Masharyono. (2023). Inovasi Online Relationship Marketing Produk Halal Fashion Sebagai Upaya Membangun Industri

- Kreatif Islami. *JUMANAGE Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>
- Rachim, H. A., & Santoso, M. B. (2021). MAINSTREAMING THE HALAL LIFESTYLE: BETWEEN OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF SOCIAL PROTECTION CAPACITY IN GLOBAL TRENDS. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 151. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i2.33085>
- Ramadhani, H., Ayyah, A. N., & Murniningsih, R. (2021). Pengaruh gaya hidup halal dan self-identity terhadap halal fashion di Indonesia. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*. <https://journal.unimma.ac.id>
- Rasmuin, Rahmatia, Lestari, D., Sardiana, & Syafitri, N. (2024). Bimbingan Teknis Penggunaan Aplikasi Analisis Data Penelitian Menggunakan Uji Beda Rerata (statistik parametrik & non parametrik). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.55340/kambampu.v1i2.1641>
- Rasyid, M. N., Nuhung, M., & Abdullah, I. (2020). Profitability: Jurnal Ilmu Manajemen PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP PENINGKATAN PENGUNJUNG PADA HOTEL HARPER PERINTIS MAKASSAR. *Profitability: Jurnal Ilmu Manajemen*, 4. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26618/profitability.v4i2.3778>
- Rathnaya, Y., & Jayasuriya, N. A. (2021). The Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention – A Study on Hospitality Industry in Sri Lanka. *SLIIT Business Review*, 01(01), 59–77. <https://doi.org/10.54389/stmk5563>
- Rawis, R. R. S., Lopian, S. L. H. V. J., & Wullur, M. (2020). citra merek var 2. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)*, 7(<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/issue/view/2689>), 464–475. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i2.30770>
- RedDoorz. (2025). *Booking Hotel Murah di RedDoorz dan Nikmati Pengalaman Menginap yang Tak Terlupakan di Indonesia*. <https://www.Reddoorz.Com/Id-Id/>.
- Riady, A., Fitriani, H., & Akib, B. (2023). *PENGARUH HALAL LIFESTYLE DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP COSTUMER VALUE SURVEY DI AL-BADAR HOTEL SYARIAH MAKASSAR* (Vol. 7, Issue 1). <https://sys.parahikma.ac.id/journal/>

- Rufaida, T. G. (2021). PENGARUH EWOM, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VOD NETFLIX. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(11).
- Sahir Hafni, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Sayyida. (2023). STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) DENGAN SMARTPLS DALAM MENYELESAIKAN PERMASALAHAN DI BIDANG EKONOMI. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4(1).
- Sembiring, M. B., & Amalia, A. (2023). Implementasi Pengelolaan Bisnis Hotel Syariah Pada Hotel RedDoorz Syariah Medan. *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM) e-ISSN*, 3(2).
- Sianipar, G. J. M., Mei, S., Hutagaol, S., & Simanjuntak, A. N. (2023). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN YANG PERNAH MENGINAP DI HOTEL KABUPATEN SAMOSIR. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB)*. http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi
- Sinaga, O. S., Putri, D. E., Banjarnahor, A. R., Halim, F., & Sudirman, A. (2020). Mampukah Citra Merek, Fasilitas dan Kepercayaan Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Taman Hewan Kota Pematangsiantar. *INOV BIZ: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 151–157. www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP
- Sofyani, H. (2023). Penentuan Jumlah Sampel pada Penelitian Akuntansi dan Bisnis Berpendekatan Kuantitatif. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 311–319. <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i2.19031>
- Sofyani, H. (2025a). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80–94. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Sofyani, H. (2025b). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80–94. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Suasapha, A. H. (2020). SKALA LIKERT UNTUK PENELITIAN PARIWISATA; BEBERAPA CATATAN UNTUK MENYUSUNNYA DENGAN BAIK. *JURNAL KEPARIWISATAAN*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Subroto, C. N. P., Pradiani, T., & Fathorrahman. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN SERVICESCAPE TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP MELALUI CITRA MEREK DI EL-ROYALE HOTEL

- BANYUWANGI PADA MASA PANDEMI. *Journal of Applied Management and Accounting Science (JAMAS)*, 3(1), 28–47.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA BANDUNG.
- Surya, D. K. K., & Utama, L. (2025). PENGARUH JUMLAH DAN KREDIBILITAS E-WOM TERHADAP NIAT BELI ONLINE GARNIER DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI MEDIASI. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07(02), 465–474.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Suwarda, F. (2022a). Analisis Brand Image Hotel Sofyan, Cut Meutia, Jakarta, sebagai Hotel Berkonsep Syariah. In *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata* (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.31334/jd.v4i1.2556>
- Suwarda, F. (2022b). Analisis Brand Image Hotel Sofyan, Cut Meutia, Jakarta, sebagai Hotel Berkonsep Syariah. In *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata* (Vol. 4, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Tingkat Penghunian Kamar Hotel (Persen)*, 2024. (2024). <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/mjgyIzI=/Tingkat-Penghunian-Kamar-Hotel.html>.
- Tomba, E. (2012). *Assessment of Lifestyle in Relation to Health*. In *The Psychosomatic Assessment: Strategies to Improve Clinical Practice*. 32, 72–96. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/25854/1004232.pdf#page=80>
- Trianingsih, I. (2021). *PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP CITRA MEREK KOSMETIK WARDAH*.
- Ulfidatul Hoiriyah, Y., Chrismardani, Y., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, P., & Korespondensi, P. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(2). <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim>
- Ulum, M., Nastiti, N. D., & Muazzaroh, F. (2021). PENDEKATAN STUDI ISLAM: STUDI PERILAKU BERDERMA MASYARAKAT, GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT

KELURAHAN BUGIH PAMEKASAN DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM. *Jurnal Istiqro*, 7(2), 172. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v7i2.908>

- Wahyudi, M., Barkah, & Listiana, E. (2025). The Influence of Social Media Marketing and Service Quality on Brand Image and its Implications for Customer Retention at 4 Star Hotels in Pontianak City. *International Journal of Finance and Business Management*, 3(1), 27–36. <https://doi.org/10.59890/ijfbm.v3i1.206>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1).
- Wibowo, K. A., Luk, C. ita, & Dian W, O. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, E-WOM (Electronic Word of Mouth) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bentani Hotel & Residence Cirebon. *ECo-Fin*, 6(3), 608–622. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1652>
- Wulandini, P. A. (2020). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER RETENTION ORIENTATION DAN DAMPAKNYA PADA RELATIONSHIP OUTCOME NASABAH JATIM PRIORITAS CABANG HR MUHAMMAD SURABAYA. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 19–31. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v1i1.8>
- Yani, A. F., Permatasari, G. P., Anindya, O., & Hartono, R. (2024). ANALISIS PROGRAM LAYANAN KONSULTASI KESEHATAN MENTAL PADA APLIKASI HALODOC DENGAN METODE SKALA LIKERT. *MUSYTARI Neraca Manajemen, Ekonomi*, 10(8). <https://doi.org/10.8734/mmmae.v1i2.359>
- Yonita, T., & Budiono, H. (2020a). Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2.
- Yonita, T., & Budiono, H. (2020b). Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 152–161.