

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN JEMAAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA NURUL ANWAR TOUR AND TRAVEL SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh :

**Aminatuz Zuhroh
04020421027**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2025**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aminatuz Zuhroh

NIM : 04020421027

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Jemaah Sebagai Variabel Moderasi pada Nurul Anwar Travel and Tour Surabaya”** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 6 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Aminatuz Zuhroh

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

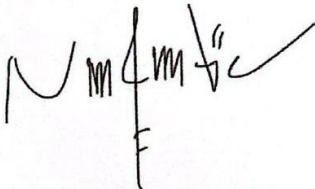
Nama : Aminatuz Zuhroh
NIM : 04020421027
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan
Word of Mouth (WOM) Terhadap
Keputusan Pembelian dengan
Kepercayaan Jemaah Sebagai
Variabel Moderasi pada Nurul
Anwar Travel and Tour Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 26 Desember 2024

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2



Novie Andriani Zakariva, S.Sos., ME
(202111009)



Yunita Ardilla, S.Kom., M.MT
(19920604202012201)

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

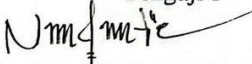
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN JEMAAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA NURUL ANWAR TRAVEL AND TOUR SURABAYA

SKRIPSI

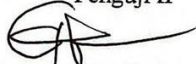
Disusun Oleh:
Aminatuz Zuhroh
04020421027

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 6 Januari 2025
Tim Penguji

Penguji 1


Novie Andriani Zakariya, S.Sos., ME
NIP.202111009

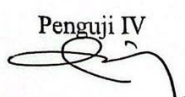
Penguji II


Yunita Ardilla, S.Kom., M.MT
NIP.19920604202012201

Penguji III


Drs. Syafudin Zuhri, M.Si
NIP. 196610242014111001

Penguji IV


Ahmad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
NIP. 197512302003121001



iv

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300 E-Mail:
perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AMINATUZ ZUHROH
NIM : 04020421027
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI / MANAJEMEN DAKWAH
E-mail address : aminatuz.zuhro200@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN JEMAAH SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA NURUL ANWAR TOUR AND TRAVEL SURABAYA**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpah, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Februari 2025

Penulis

(AMINATUZ ZUHROH)

ABSTRAK

Aminatuz Zuhroh, 2024, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Jemaah Sebagai Variabel Moderasi pada Nurul Anwar Travel and Tour Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *Word of Mouth (WOM)* terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan jemaah sebagai variabel moderasi pada Nurul Anwar Tour and Travel. Penelitian ini juga untuk mengetahui apakah dengan adanya variabel moderasi ini dapat memperkuat atau melemahkan hubungan kualitas pelayanan dan *Word of Mouth (WOM)* terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan penelitian asosiatif. Pengolahan data dari penelitian ini menggunakan analisis data Partial Last Square (PLS) dan SPSS untuk uji deskriptif. Penelitian ini menjawab dari 5 rumusan masalah mengenai kualitas pelayanan dan *Word of Mouth (WOM)* terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan jemaah sebagai variabel moderasi. Berikut adalah jawaban dari rumusan masalah: *Pertama*, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai $p\text{-value}$ sebesar $0.035 < 0.05$ dan $t\text{-statistic}$ sebesar $2.113 > 1.96$ yang menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan. Dengan demikian dinyatakan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. *Kedua*, *Word of Mouth (WOM)* memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai $p\text{-value}$ sebesar $0.361 > 0.05$ dan $t\text{-statistic}$ sebesar $0.914 < 1.96$. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *Word of Mouth (WOM)* memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian, pengaruh tersebut tergolong lemah dan tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian,

dinyatakan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima. *Ketiga*, kepercayaan jemaah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai *p-value* sebesar $0.010 < 0.05$ dan *t-statistic* sebesar $2.581 > 1.96$. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan jemaah memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, dinyatakan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. *Keempat*, kepercayaan jemaah sebagai moderasi pada hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian memiliki pengaruh yang sangat lemah dan tidak signifikan secara statistik, dengan nilai *p-value* sebesar $0.901 > 0.05$ dan *t-statistic* sebesar $0.124 < 1.96$. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan jemaah tidak memperkuat atau melemahkan hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Dengan demikian, dinyatakan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima. *Kelima*, kepercayaan jemaah sebagai moderasi pada hubungan antara *Word of Mouth (WOM)* dan keputusan pembelian memiliki pengaruh positif yang lemah namun tidak signifikan, dengan nilai *p-value* sebesar $0.287 > 0.05$ dan *t-statistic* sebesar $1.065 < 1.96$. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan jemaah tidak memberikan pengaruh yang berarti dalam memperkuat atau melemahkan hubungan antara *Word of Mouth (WOM)* dan keputusan pembelian. Dengan demikian, dinyatakan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth (WOM)*.
Keputusan Pembelian, Kepercayaan Jemaah

ABSTRACT

Aminatuz Zuhroh, 2024, The Influence of Service Quality and Word of Mouth (WOM) on Purchasing Decisions with Congregation Trust as a Moderating Variable at Nurul Anwar Travel and Tour Surabaya

This research aims to determine the influence of service quality and Word of Mouth (WOM) on purchasing decisions with congregational trust as a moderating variable at Nurul Anwar Tour and Travel. This research is also to find out whether the existence of this moderating variable can strengthen or weaken the relationship between service quality and Word of Mouth (WOM) on purchasing decisions. The research method used is a quantitative research method using associative research. Data processing from this research uses Partial Last Square (PLS) and SPSS data analysis for descriptive tests. This research answers 5 problem formulations regarding service quality and Word of Mouth (WOM) on purchasing decisions with congregational trust as a moderating variable. The following is the answer to the problem formulation: First, service quality has a significant influence on purchasing decisions, with a $p\text{-value of } 0.035 < 0.05$ and a $t\text{-statistic of } 2,113 > 1.96$ which shows that the relationship between service quality and purchasing decisions has a significant effect. Thus it is stated that H_1 is accepted and H_0 is rejected. Second, Word of Mouth (WOM) has a positive but not significant influence on purchasing decisions, with a $p\text{-value of } 0.361 > 0.05$ and a $t\text{-statistic of } 0.914 < 1.96$. This shows that although Word of Mouth (WOM) has a positive relationship with purchasing decisions, this influence is relatively weak and not statistically significant. Thus, it is stated that H_1 is rejected and H_0 is accepted. Third, congregational trust has a significant influence on purchasing decisions, with a $p\text{-value of } 0.010 < 0.05$ and a $t\text{-statistic of } 2,581 > 1.96$. This shows that

congregational trust has a significant positive relationship with purchasing decisions. Thus, it is stated that H1 is accepted and H0 is rejected. Fourth, congregational trust as a moderator of the relationship between service quality and purchasing decisions has a very weak influence and is not statistically significant, with a p-value of $0.901 > 0.05$ and a t-statistic of $0.124 < 1.96$. This shows that congregational trust does not strengthen or weaken the relationship between service quality and purchasing decisions. Thus, it is stated that H1 is rejected and H0 is accepted. Fifth, congregational trust as a moderator of the relationship between Word of Mouth (WOM) and purchasing decisions has a weak but not significant positive influence, with a p-value of $0.287 > 0.05$ and a t-statistic of $1.065 < 1.96$. This indicates that congregational trust does not have a significant influence in strengthening or weakening the relationship between Word of Mouth (WOM) and purchasing decisions. Thus, it is stated that H1 is rejected and H0 is accepted.

*Keywords: Service Quality, Word of Mouth (WOM).
Purchasing Decisions, Congregation Trust*

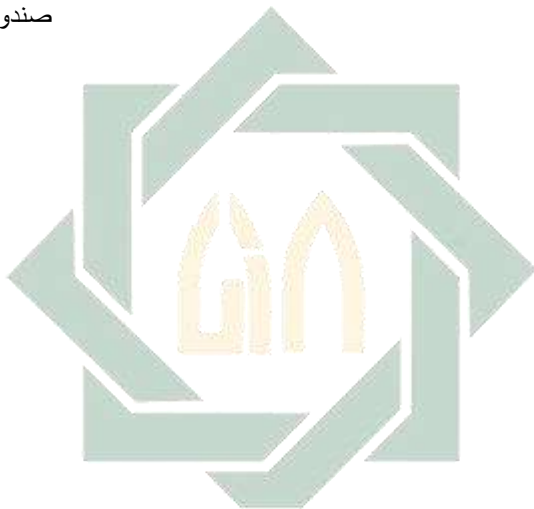
ABSTRAK (Bahasa Arab)

على (WOM) أميناتوز زهرة، 2024، تأثير جودة الخدمة والكلام الشفهي قرارات الشراء مع ثقة الجماعة كمتغير معتدل في نورول أنور للسفر والسياحة في سورابايا

على (WOM) يهدف هذا البحث إلى تحديد تأثير جودة الخدمة والكلمة الشفهية قرارات الشراء مع الثقة الجماعية كمتغير معتدل في شركة نورول أنور للسياحة والسفر. يهدف هذا البحث أيضاً إلى معرفة ما إذا كان وجود هذا المتغير المعتدل (WOM) يمكن أن يعزز أو يضعف العلاقة بين جودة الخدمة والكلام الشفهي بشأن قرارات الشراء. طريقة البحث المستخدمة هي طريقة البحث الكمي باستخدام البحث الترابطي. تستخدم معالجة البيانات من هذا البحث تحليل البيانات الجزئية للاختبارات الوصفية. يجيب هذا البحث على 5 صيغ SPSS و PLS) الأخيرة بشأن قرارات الشراء مع (WOM) مشكلة تتعلق بجودة الخدمة والكلمة الشفهية الثقة الجماعية كمتغير معتدل. فيما يلي الإجابة على صياغة المشكلة: أولاً، جودة الخدمة لها تأثير كبير على قرارات الشراء، حيث تبلغ القيمة الاحتمالية 0.035 < مما يوضح أن العلاقة بين جودة الخدمة 1.96 > 2113 t وإحصائية 0.05. مرفوض H0 مقبول و H1 وقرارات الشراء لها تأثير كبير. وبالتالي يُذكر أن تأثير إيجابي ولكن ليس كبيراً على قرارات الشراء (WOM) ثانياً، للكلمة الشفهية وهذا 1.96 < 0.914 t حيث تبلغ القيمة الاحتمالية 0.361 < 0.05 وإحصائيات له علاقة إيجابية بقرارات (WOM) يوضح أنه على الرغم من أن الحديث الشفهي الشراء، إلا أن هذا التأثير ضعيف نسبياً وغير ذي دلالة إحصائية. وبالتالي، يُذكر مقبول. ثالثاً، للثقة الجماعية تأثير كبير على قرارات H0 مرفوض و H1 أن > 2,581 t الشراء، حيث تبلغ القيمة الاحتمالية 0.010 > 0.05 وإحصائيات. وهذا يدل على أن الثقة الجماعية لها علاقة إيجابية كبيرة بقرارات الشراء 1.96. مرفوض. رابعاً، إن الثقة الجماعية كوسيط H0 مقبول و H1 وبالتالي، يُذكر أن للعلاقة بين جودة الخدمة وقرارات الشراء لها تأثير ضعيف للغاية وليست ذات دلالة تبلغ 0.124 t إحصائية، حيث تبلغ القيمة الاحتمالية 0.901 < 0.05 وإحصائية وهذا يدل على أن الثقة الجماعية لا تقوي أو تضعف العلاقة بين جودة 1.96 < ،مقبول. خامساً H0 مرفوض و H1 الخدمة وقرارات الشراء. وبالتالي، يُذكر أن وقرارات الشراء لها (WOM) الثقة الجماعية كوسيط للعلاقة بين الكلام الشفهي تبلغ 0.287 < 0.05 وإحصائية p تأثير إيجابي ضعيف ولكن ليس مهماً، مع قيمة تبلغ 1.065 > 1.96. وهذا يدل على أن الثقة الجماعية ليس لها تأثير كبير في t

، وقرارات الشراء. وبالتالي (WOM) تقوية أو إضعاف العلاقة بين الكلام الشفهي مقبول H0 مرفوض و H1 يُذكر أن

، قرارات الشراء. (WOM) الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، الكلام الشفهي صندوق الجماعة



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Definisi Operasional.....	12
F. Hipotesis	17
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	20

A.	Landasan Teori	20
1.	Kualitas Pelayanan.....	20
3.	<i>Word of Mouth (WOM)</i>	27
4.	Keputusan Pembelian	31
5.	Kepercayaan Jemaah	38
B.	Kajian Perspektif Dakwah Islam	45
1.	Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam	45
2.	<i>Word of Mouth (WOM)</i> dalam Perspektif Islam	47
3.	Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam	48
4.	Kepercayaan Jemaah dalam Perspektif Islam	50
C.	Penelitian Terdahulu.....	51
D.	Paradigma Penelitian	58
BAB III METODE PENELITIAN		59
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	59
B.	Objek Penelitian.....	60
C.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	60
1.	Populasi	60
2.	Sampel	61
3.	Teknik Sampling.....	62
D.	Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian	63
E.	Teknik Pengumpulan Data	66
F.	Teknik Validitas Data dan Reliabilitas Instrumen.....	68
1.	Uji Validitas	68
2.	Uji Reliabilitas	68
G.	Teknik Analisis Data	69
1.	Uji Deskriptif	70
2.	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	70
3.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	73
4.	Uji Hipotesis.....	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	75
1. Profil Nurul Anwar Tour and Travel Surabaya	75
2. Visi dan Misi Nurul Anwar Tour and Travel Surabaya .	76
3. Struktur Kepengurusan Nurul Anwar Tour and Travel Surabaya.....	77
B. Penyajian Data	78
1. Uji Deskriptif	78
2. Uji Outer Model	83
3. Uji Inner Model.....	93
4. Pengujian Hipotesis	94
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
1. Perspektif Teoritis.....	98
2. Perspektif Keislaman	109
BAB V PENUTUP	119
A. Kesimpulan.....	119
B. Saran dan Rekomendasi.....	121
C. Keterbatasan Peneliti.....	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	138
A. Surat Keterangan Bukti Penelitian	138
B. Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan...	139
C. Jawaban Kuesioner Variabel <i>Word of Mouth (WOM)</i> 141	
D. Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian 143	
E. Jawaban Kuesioner Variabel Kepercayaan Jemaah	145

Biografi Penulis	148
------------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian.....	63
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	67
Tabel 4. 1 Loading Factor Kualitas Pelayanan	83
Tabel 4. 2 Loading Factor Word of Mouth (WOM).....	84
Tabel 4. 3 Loading Factor Keputusan Pembelian	85
Tabel 4. 4 Loading Factor Kepercayaan Jemaah	85
Tabel 4. 5 Loading Factor Keseluruhan Variabel	87
Tabel 4. 6 Nilai Cross Loading	89
Tabel 4. 7 Nilai AVE	91
Tabel 4. 8 Nilai Composite Reliability	92
Tabel 4. 9 Nilai R-Square	94
Tabel 4. 10 Nilai Path Coefficients.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Diagram Lingkaran Domisili	79
Gambar 4. 2 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin.....	80
Gambar 4. 3 Diagram Lingkaran Usia	80
Gambar 4. 4 Diagram Lingkaran Pendidikan	81
Gambar 4. 5 Diagram Lingkaran Pekerjaan.....	82

DAFTAR PUSTAKA

- Almamada, Jatu, 'Pengaruh Persepsi Tampilan Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Dengan Media E-Commerce Di Masa Pandemi', *Borobudur Psychology Review*, 1.2 (2021), pp. 59–69, doi:10.31603/bpsr.5796
- Amalia, Neli Muna, Sucihatiningsih DWP, and Jarot Tri Bowo Santoso, 'Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Bumdes', *Business and Accounting Education Journal*, 1.2 (2020), pp. 170–80, doi:10.15294/baej.v1i2.42191
- Amalia, Willa Tiara, 'Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.4 (2022), pp. 1227–36
- Amalia, Willa Tiara, and Alimuiddin Rizal Riva'i, 'Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.4 (2022), pp. 1227–36
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas, 'Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian', *Pilar*, 14.1 (2023), pp. 15–31
- Anam, Mohamad Khairil, Nuraini Asriati, and Maria Ulfah, 'Implementasi Pengambilan Keputusan Pembelian Kebutuhan Dalam Mengelola Uang Saku Santriwan Pondok Pesantren Mathla'ul Anwar', *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 8.3
- Anggraini, Maulidia Wulan, Tin Agustina Karnawati, and Widi Dewi Ruspitasari, 'Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Al-Shahba Malang Melalui Kepercayaan Jamaah Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14.2 (2020), pp. 161–72
- Ani, Jilhansyah, Bode Lumanauw, and Jeffry Tampenawas,

- ‘Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada e-Commerce Tokopedia Di Kota Manado’, *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10.1 (2022), pp. 663–74
- Anuraga, Gangga, Artanti Indrasetyaningsih, and Muhammad Athoillah, ‘Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R’, *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3.2 (2021), pp. 327–34
- Arfah, Y, B Nasution, and R J Siregar, *Keputusan Pembelian Produk* (PT Inovasi Pratama Internasional, 2022) <<https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ>>
- Arsi, Andi, and Herianto Herianto, ‘Langkah-Langkah Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS’, 2021
- Atmadja, Ferry Setyadi, and Sugiharto, ‘Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Umrah Pada PT. Wisata Titian Nusantara Pelangi’, *Jurnal Manajemen Dakwah*, 7.1 (2019), pp. 21–36
- Ayu, Andini Sartika, Andika Dimas, Erlangga Aldi Pratama, and Irfan Maulana Yahya, ‘Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Mixue Di Surabaya’, *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1.3 (2023), pp. 27–36
- Azyani, Shafia, Popon Srisusilawati, and Intan Manggala Wijayanti, ‘Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pemilihan Travel Umroh Menggunakan Metode AHP’, *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6.2 (2020), pp. 547–51
- Baihaqi, MUHAMMAD, and Yessy Artanti, ‘Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen’, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4.2 (2016), pp. 94–100
- Cahyo, Karno Nur, Martini Martini, and Eri Riana,

- ‘Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan Pada PT Brainmatics Cipta Informatika’, *Journal of Information System Research (JOSH)*, 1.1 (2019), pp. 45–53
- Candana, Dori Mittra, Ramdani Bayu Putra, and Ronni Andri Wijaya, ‘Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Batang Hari Barisan’, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2.1 (2020), pp. 47–60
- Cynthia, Debby, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin, ‘Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian’, *Publik*, 9.1 (2022), pp. 104–12
- Dewi, Isti Riana, Rut Jeges Michel, and Dewi Anggun Puspitarini, ‘Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon’, *Jurnal Maneksi*, 11.1 (2022), pp. 314–21, doi:10.31959/jm.v11i1.1080
- Djafar, Novita, Irwan Yantu, Sudirman Sudirman, Rafli Hineo, and Roy Hasiru, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian’, *Journal of Economic and Business Education*, 1.2 (2023), pp. 78–82
- Ena, Maria Yalinta, Antonio E L Nyoko, and Wehelmina M Ndoen, ‘Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet’, *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10.3 (2019), pp. 299–310
- Erinawati, Fajrini, and Afriapallo Syafarudin, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan’, *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.1 (2021), pp. 130–46
- Estamarinda, Elen, Akila, and Tri Sinarti, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang’, *Jurnal Manivesti*, 3.1

- (2021), pp. 69–82
- Fajriah, Alfia Rizka, ‘Konsep Mu’amalah Ma’annas Dalam Al-Qur’an Perspektif Surat Al-Maidah Ayat 1 Dan Implikasinya Terhadap Kehidupan Sehari-Hari’, in *Gunung Djati Conference Series*, 2023, XIX, 119–28
- Farkhan, Farkhan, and Ika Ika, ‘Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage)’, *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 9.1 (2012), p. 22860
- Fauzi, Dandy Hafidh, ‘Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)’, *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2.6 (2021), pp. 790–800
- Febrianti, Yeti, Mas Oetarjo, and Alshaf Pebrianggara, ‘Pengaruh Antara Promosi, Harga Dan Tangible (Bukti Fisik) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk UMKM Yeyeshop’, *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7.5 (2024), pp. 1446–55
- Firmansyah, M. Anang, ‘Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)’, *Cv Budi Utama*, 5 No. september (2018), pp. 5–299
https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- GUSTIANTO, BOBY, Librina Tria Putri, and Muhammad Salis, ‘Effect of Trust, Quality of Service and Product Quality on Consumer Loyalty in Cv. Naisha Madu Nusantara’, *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4.1 (2022), pp. 54–64, doi:10.55768/jrmi.v4i1.92
- Hamid, Rismawati, Djoko Lesmana Radji, and Yulinda L. Ismail, ‘Pengaruh Empathy Dan Responsiveness Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pelanggan’, *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13.1 (2020), pp. 27–38, doi:10.37479/jkeb.v13i1.7105

- Hamzah, Muhktar, and Fitriany Fitriany, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Catering CV Narsa Makassar', *Jurnal Pelopor Manajemen Indonesia (JPMI)*, 2.1 (2023), pp. 48–62
- Herudiansyah, Kumar, Fitantina Fitantina, and Monica Suandini, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Reliability, Responsiveness Dan Assurance Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Muhammadiyah', *Motivasi*, 8.1 (2023), p. 9, doi:10.32502/mti.v8i1.5663
- Indra, Gunawan, 'Pengaruh Daya Tanggap Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur Indra Gunawan Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro', *Jurnal Simplex*, 2.April (2019), pp. 33–40
<<https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JS/article/view/329/222>>
- Indrasari, Dr. Meithiana, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Cet. 1 (Unitomo Press, 2019)
- Indrawan, Yohan, Meiske Claudia, and Ahmad Rifani, 'Pengaruh Daya Tanggap Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur (Studi Pada Karyawan PT. SAPTA Sari Tama Cabang Banjarmasin)', *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 10.1 (2022), pp. 69–84, doi:10.20527/jwm.v10i1.200
- Jecky, Jecky, and Rezi Erdiansyah, 'Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian', *Prologia*, 5.2 (2021), pp. 307–12
- Joesyiana, Kiki, 'Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas

- Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau’, *Jurnal Valuta*, Vol. 4.1 (2018), pp. 71–85
- Karim, Ruslin, Tineke Wolok, and Djoko Lesmana Radji, ‘Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo’, *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3.2 (2020), pp. 88–99
- Kasinem, Kasinem, ‘Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat’, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17.4 (2020), p. 329, doi:10.31851/jmwe.v17i4.5096
- Kelvinia, Kelvinia, M Umar Maya Putra, and Nasrul Efendi, ‘Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian’, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11.2 (2021), pp. 85–98
- Khaira, Nurul, Farhan Saputra, and Faroman Syarief, ‘Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman’, *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2.3 (2022), pp. 24–30
- Al Khairi, Mizan, Wan Laura Hardilawati, and Rian Rahmat Ramadhan, ‘Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Di PT. Smeva Holiday Cabang Kampar’, *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MERDEKA EMBA*, 3.2 (2024), pp. 473–86
- Kosasi, Bima Sandi, Rosinta Romauli Situmeang, Maria Claudia Kharisma, and Jenny Astri, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pt Darul Umroh Haramain Medan’, *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4.1 (2022), pp. 59–75
- Krisnanto, A., and N.N. Yulianthini, ‘Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Singaraja’,

- Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.1 (2021), p. 76
- Kumrotin, Evi Laili, and Ari Susanti, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko. We. Cok Di Solo', *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6.1 (2021), pp. 1–13
- Larasati, Nisriinaa Rifqi, and Amalia Nur Chasanah, 'Pengaruh Persepsi Kualitas, Word of Mouth, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie', *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1.1 (2022), pp. 51–60
- Lihawa, Juniar Fajrily S M, Nur Mohamad Kasim, and Sri Nanang Meiske Kamba, 'Bentuk Tanggungjawab Travel Umroh Ilegal Terhadap Konsumen', *Jurnal Sosial Teknologi*, 3.1 (2023), pp. 11–16
- Magfiroh, Rohmatul Habibatin, Nur Dinah Fauziah, Sundari, and Ardiyansyah, 'Analisis Kualitas Layanan Dalam Pespektif Islam Terhadap Kepuasan Jamaah Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus LRB Mubinatour Bangsal-Mojokerto)', *Journal of Islamic Studies*, 3 (2024), pp. 42–42
- Maghfiroh, Kuni, 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi', *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2.2 (2019), pp. 34–44
- Maharani, Nina, 'Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 12.1 (2015), pp. 59–75
- Maharani, Tetti, and Khadijah Nurani, 'Strategi Pemasaran Pt. Sukses Internasional Tour & Travel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Umrah Di Bukittinggi', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.5 (2024), pp. 560–70
- Mambu, Trifena R, Johny R E Tampi, and Danny D S Mukuan, 'Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kota Tondano', *Productivity*, 2.1 (2021), pp. 79–84
- Marbun, Maulina Br, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco, 'Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3.2 (2022), pp. 716–27
- Mardiki, 'Pengaruh Word of Mouth (Wom), Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kue Semprong (Studi Kasus Pada Toko Online Loves Semprong , Dadap', 3.2 (2023)
- Mariansyah, Alvin, and Amirudin Syarif, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu', *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3.2 (2020), pp. 134–46
- Marlius, Doni, and Mutiara Mutiara, 'Pengaruh Merek, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo Pada Rindo Cell Di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan)', *Jurnal Economina*, 1.4 (2022), pp. 768–83
- Maryati, and Khoiri.M, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11.1 (2021), pp. 542–50
- Meiryani, 'Memahami Validitas Konvergen (Convergent Validity) Dalam Penelitian Ilmiah', *Binus University School of Accounting*, 2021
<<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-validitas-konvergen-convergent-validity-dalam-penelitian-ilmiah/>> [accessed 26 September 2024]
- Muslim, Muslim, Andi Nurwanah, Ratna Sari, and Muhammad Arsyad, 'Pengaruh Pengalaman Kerja, Independensi, Integritas, Kompetensi Dan Etika Auditor Kualitas Audit', *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran*

- Penelitian Ekonomi*), 8.2 (2020), pp. 100–112, doi:10.31102/equilibrium.8.2.100-112
- Nurbaidah, Rika, Umar Bakti, and Astrid Aprica Isabella, ‘Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lampung Banana Foster’, *JEBI (Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis)*, 2.2 (2023), pp. 11–20
- Nurfadillah, Muhammmad, and Ardiansah Ardiansah, ‘Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19’, *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16.1 (2021), pp. 21–39
- Nusyirwan, Nusyirwan, Safrizal Safrizal, and Azizah Putri, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Travel Pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru’, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1.05 (2022), pp. 145–54, doi:10.56127/jukim.v1i05.591
- Online, NU, ‘NU Online Surah Al-Maidah Ayat 1’, *NU Online*
- , ‘NU Online Surah Al Baqarah 283’, *NU Online*
- , ‘NU Online Surah Al Hujurat Ayat 6’, *NU Online*
- , ‘NU Online Surah Ali Imron 159’, *NU Online* <<https://quran.nu.or.id/ali-imran/159>> [accessed 26 September 2024]
- , ‘NU Online Surah An Nahl Ayat 125’, *NU Online*
- , ‘NU Online Surah An Nisa Ayat 58’, *NU Online*
- Panji Ragatirta, Laurensius Panji, and Erna Tiningrum, ‘Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap’, *Excellent*, 7.2 (2020), pp. 143–52 <<https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>>
- Pasi, Livia Nita Karina, and Budi Sudaryanto, ‘Analisis Pengaruh Online Customer Reivews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening’, *Diponegoro*

- Journal of Management*, 10.3 (2021), pp. 1–12
<<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>>
- Pautina, Yazid Bustomin, Yulinda L Ismail, and Zulfia K Abdussamad, ‘Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)’, *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5.2 (2022), pp. 474–84
- Ph.D. Ummul Aiman, S.Pd. Dr. Karimuddin Abdullah S.HI. M.A. CIQnR Misbahul Jannah M.Pd., M.Pd. Zahara Fadilla Suryadin Hasda, M.Pd.I. Ns. Taqwin S.Kep. M.Kes. Masita, and M.Pd.Mat Ketut Ngurah Ardiawan M.Pd. Meilida Eka Sari, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022
- Prambudi, Joko, and Jati Imantoro, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur’, *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1.3 (2021), pp. 687–704
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, and Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra, ‘Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online’, *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5.2 (2019), pp. 128–37
- Prasetyo, Budi, and Taopik Hidayat, ‘Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut’, *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 4.1 (2019), pp. 937–52
- Pratmika, Witka Putri, and Parmin Parmin, ‘Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth (WoM), Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5.6 (2023), pp. 677–86, doi:10.32639/jimmba.v5i6.495
- Prihanto, Hendi, and Prisila Damayanti, ‘Faktor-Faktor Yang

- Berpengaruh Pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji Dan Umrah', *Journal of Management and Business Review*, 19.1 (2022), pp. 29–48, doi:10.34149/jmbr.v19i1.314
- Puspita Sari, Vany Diah, 'Analisis Keterampilan Berbicara Dengan Menggunakan Metode Storytelling Pada Siswa Kelas 1 Sekolah Dasar', *INOPENDAS: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 5.2 (2022), pp. 88–98, doi:10.24176/jino.v5i2.7718
- Putra, Rega Ariza Bayu, Heri Wijayanto, and Hadi Sumarsono, 'Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen UD. Sri Mulyo Agung)', *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6.1 (2022), pp. 115–27, doi:10.24269/iso.v6i1.1135
- Putri, Dinar Febriana, Bambang, and Indriana Puspitasari Lenap, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Mataram', *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4.2 (2024), pp. 242–51, doi:10.29303/risma.v4i1.1089
- Ramadhani, Langi Ewaka, 'Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wedding Organizer Keluarga Baba Di Kota Palembang' (Universitas Multi Data Palembang, 2023)
- Ratnasari, Duwi, Ida Bagus Kade Gunayasa, and Heri Hadi Saputra, 'Pengaruh Model Pembelajaran Artikulasi Terhadap Keterampilan Berbicara Kelas IV Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia SDN Gugus 01 Kecamatan Brang Rea Tahun Ajaran 2020/2021', *Renjana Pendidikan Dasar*, 2.1 (2022), pp. 39–45
- Reynalde, Marianne Mamondol, 'Dasar-Dasar Statistika', 16, 2021, p. 18

- Rezha Devi Anggreini, and Suparwati, 'Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat', *Jurnal Bisnis Indonesia*, 53.9 (2020), pp. 91–102
- Riyadin, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan)', *Jurnal Simplex*, 2.1 (2019), pp. 41–50
- Rizkiana, Citra, and Asih Niati, 'Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Paket Perjalanan, Kesan Kualitas Jasa Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Pt. Madinah Imam Wisata Kabupaten Semarang', *Solusi*, 18.2 (2020)
- Rohman, Isnanda Zainur, and Athanasius Ivan Kharisma Indaryadi, 'Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Loyalty, Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Intensi Rekomendasi', *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9.2 (2020), p. 80, doi:10.24036/jkmb.10955000
- Ruswinda, EvaArifin, Rois, and A. Agus Priyono, 'Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kenyamanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Ekonomi Ac Penataran Jurusan Surabaya-Malang-Blitar (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Ekonomi Penataran Di Stasiun Kota Baru Malang)', *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8.7 (2019), pp. 37–46
<<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/2273>>
- Saputra, Gede Wisnu, and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, 'Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian' (Udayana University, 2020)
- Sarma Hasibuan, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Paket Ibadah Umrah Reguler Terhadap Kepuasan Jama'ah Pada Travel PT. Zam-Zam Wisata Islami', *El-Mal: Jurnal Kajian*

- Ekonomi & Bisnis Islam*, 5.8 (2024), pp. 4041–50, doi:10.47467/elmal.v5i8.4590
- Sarstedt, Marko, Christian M. Ringle, and Joseph F. Hair, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling, Handbook of Market Research*, 2021, doi:10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Siregar, Akhmad Irwansyah, and Riko Mappadeceng, ‘Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Jemaah Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Kota Jambi’, *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4.2 (2020), p. 249, doi:10.33087/ekonomis.v4i2.168
- Sitompul, Siti Choirunnisa, and Jusuf Hariyanto, ‘Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Warga Bekasi Barat)’, *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesi*, 2020, pp. 1–13
- Sobandi, Agus, and Bambang Somantri, ‘Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online’, *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1.1 (2020), pp. 41–52
- Sofyan, A Syathir, ‘Pengaruh Word of Mouth, Islamic Branding Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko RJA (Rumah Jahit Akhwat) Di Kota Makassar’, 2023
- Sopiyan, Pipih, ‘Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian’, *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13.2 (2022), pp. 249–58, doi:10.32670/coopetition.v13i2.1057
- Subianto, Totok, ‘Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian’, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3.3 (2007), pp. 165–82
- Sudarmin, Sudarmin, ‘Pengaruh Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow’, *Solusi*, 21.3 (2023), pp. 723–29

- Sugiyanto, Eviatiwi Kusumaningtyas, and Fera Kurniasari, 'Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelangganelanggan Hotel X Semarang', *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3.2 (2020), pp. 112–25, doi:10.24176/bmaj.v3i2.5372
- Sukatin, Nurkhalipah, Ayu Kurnia, Delfa Ramadani, and Fatimah, 'Meningkatkan Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Mcdonald'S Kelapa Dua Depok', *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1.9 (2022), pp. 1278–85
- Susanti, Susanti, and Hardi Mulyono, 'Pengaruh Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul', *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1.2, pp. 169–78
- Susanto, Liana, Yanti Yanti, Viriany Viriany, and Henny Wirianata, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Uskad', *Jurnal Bina Akuntansi*, 7.2 (2020), pp. 124–41, doi:10.52859/jba.v7i2.80
- Tjahyanti, Setia, and Nurafni Chairunnisa, 'Kompetensi, Kepemimpinan, Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Human Resources and Facility Management Directorate', *Media Bisnis*, 12.2 (2020), pp. 127–32
- Ulfah, Ulfah, Yuli Supriani, and Opan Arifudin, 'Kepemimpinan Pendidikan Di Era Disrupsi', *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5.1 (2022), pp. 153–61
- Wibowo, Arief, Poppy Ruliana, Kresno Yulianto, and Kata Kunci, 'HUMANTECH JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA Komunikasi Word of Mouth (Wom) Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Konsumen', *HUMANTECH Jurnal Ilmiah Multi Disilin Indonesia*, 2.3 (2022), pp. 617–29
- Wong, David, 'Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan e-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan e-

- Commerce Di UBM', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2.2 (2017), pp. 155–68
- Wulandhari, Dessy Ayu, Salsadilla Salsadilla, Idel Eprianto, Cris Kuntadi, and Rachmat Pramukty, 'Literature Review: Pengaruh Kesesuaian Kompensasi, Pengendalian Internal, Tekanan Finansial Terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi', *Jurnal Economina*, 2.7 (2023), pp. 1842–54
- Yaqin, Ainul, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Empati Peserta Didik Dan Metode Pengembangannya', *Tarbiya Islamia: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 11.1 (2021), pp. 1–10
- Zikri, Ahmad, and Muhammad Ikhsan Harahap, 'Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1.1 (2022), pp. 129–38

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A