

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA HOTEL EDELWEISS YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

IMANUEL NAINGGOLAN

11140081

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Progam Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Immanuel Nainggolan

11140081



FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imanuel Nainggolan
NIM : 11140081
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA HOTEL EDELWEISS YOGYAKARTA**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 12 Agustus 2020

Yang menyatakan



(Immanuel Nainggolan)

NIM.11140081

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA HOTEL EDELWEISS YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

IMANUEL NAINGGOLAN

11140081

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

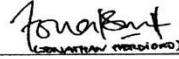


dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal (10 Juli 2020)

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim Penguji/Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andaras, MM
(Dosen Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.pd., MM
(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 12 AUG 2020

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis




Dr. Perminas Pangeran, SE., M. Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA HOTEL EDELWEISS DI DAERAH
ISTIMEWAH YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah bukan hasil tiruan dan atau duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun, kecuali pada bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta,



Immanuel Nainggolan

11140081

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Hotel Edelweiss Yogyakarta” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Sarjana Manajemen (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya yang selalu berlimpa dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kepada kedua Orang Tua saya terkasih yang selalu memberi dukungan melalui doa, motivasi dan nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik. (Bapak W.Nainggolan dan Ibu M.Sarumaha)
3. Saudaraku Alvin Douli dan Robinson
4. Bapak Jonathan Herdioko, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.

5. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc terimakasih atas waktu dan bantuan yang diberikan.
6. Teman-teman Manajemen 2014 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.

©UKDW

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kontribusi Penelitian.....	5
1.5. Batasan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Konsep.....	18

2.4. Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Pendekatan Penelitian	20
3.2. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	20
3.3. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	22
3.4. Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran Data	23
3.5. Uji Instrumen Penelitian	24
3.6. Rancangan Analisis Dasar	25
BAB IV HASIL PENELITIAN	30
4.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	30
4.2. Deskripsi Profil Konsumen Edelweiss Hotel.....	34
4.3. Analisis Statistik	41
4.4. Pembahasan.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2. Dalam Keterbatasan Penelitian	52
5.3. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Dimensi Kualitas Jasa	31
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	32
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Jasa	33
Tabel 4.4 Tabel Hasil Uji Realibitas	33
Tabel 4.5 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.6 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.7 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.8 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	36
Tabel 4.9 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	37
Tabel 4.10 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Keperluan	37
Tabel 4.11 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Alamat Asli	38
Tabel 4.12 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Wilayah	39
Tabel 4.13 Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Sumber Informasi	40
Tabel 4.14 Tabel Uji Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.15 Tabel Uji Hasil Uji Adjusted R ²	43
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji F	44
Tabel 4.17 Uji Parsial Uji t	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Keputusan Pembelian.....	11
Gambar 2.2. Proses Pengambilan Keputusan	13
Gambar 2.3. Kerangka Konsep.....	18

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Hasil Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 3 : Rekapitulasi Data Penelitian
- Lampiran 4 : Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Statistik Deskriptif
- Lampiran 6 : Analisis Regresi Linear Berganda

© UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Dimensi Kualitas Jasa Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Hotel Edelweiss Di Daerah Istimewah Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara melakukan penelitian langsung di lapangan kemudian memberikan kuesioner kepada 100 responden, dan data sekunder yang dapat mendukung penelitian.

Dalam penelitian ini, metode statistik yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Regresi berganda digunakan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayan dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa hotel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa dan promosi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa hotel.

Kata kunci: kualitas pelayanan, promosi, keputusan pembelian jasa hotel

© UKD W

ABSTRACT

This study aims to analyze the Dimensions of Service Quality and Promotion of Purchasing Decisions in Edelweiss Hotel Services in Yogyakarta Special Region. This study uses primary data by conducting direct research in the field and then giving questionnaires to 100 respondents, and secondary data that can support research.

In this study, the statistical method used is multiple regression analysis. Multiple regression is used to analyze whether there is an effect of the quality of service and promotion on the decision to purchase hotel services.

The results of this study indicate that the quality of service and promotion is very influential on purchasing decisions for hotel services.

Keywords: service quality, promotion, hotel service purchasing decisions

© UKDW

© UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bagi para pecinta wisata ataupun, hotel merupakan tempat tinggal kedua setelah rumah yang dimiliki. Hotel memang sering kali di jadikan salah satu alternatif tempat tinggal oleh para wisatawan ataupun pengunjung yang sedang berlibur ataupun jalan-jalan ke suatu daerah. Lantas, apa sih sebenarnya hotel itu? Seperti apa sih karakteristik dari usaha perhotelan itu. Menurut Anonymous (dalam wikipedia), Hotel berasal dari kata hostel (bahasa Francis Kuno) yang artinya adalah tempat penampungan sementara untuk pengunjung/pendatang. Bangunan ini biasanya menyediakan fasilitas pondokan dan juga fasilitas penyediaan makanan dan minuman (<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-hotel-dan-karakteristiknya/>).

Industri perhotelan saat ini terus mengalami pertumbuhan, hal ini dapat dilihat dari jumlahnya yang terus meningkat. Banyaknya jumlah hotel di Kota Yogyakarta dapat menimbulkan persaingan yang pesat sesama bisnis tersebut. Hal ini karena segmentasi hotel di Kota Yogyakarta relatif sama sehingga dituntut pebisnis hotel harus bisa bersaing dan memberikan keunggulan yang superior untuk menguasai pasar hotel khususnya di Kota Yogyakarta. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dari hotel tersebut, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya yakni tamu hotel. Setelah tamu merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, tamu akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila

tamu hotel merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Oleh karena itu Hotel The Edelweiss Yogyakarta berdiri dekat dengan lingkungan Universitas dan kawasan perbelanjaan di sepanjang jalan-jalan yang ramai di Jalan Gejayan. Tersedia 95 kamar yang modern dan minimalis untuk memperbaharui pengalaman Anda. dilengkapi dengan akses internet berkecepatan tinggi dan kasur berkualitas disediakan untuk para orang-orang yang suka berpergian dan mencari kenyamanan.

Menurut Assauri (2009:169) Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke 2 waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Di samping itu, strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan/kondisi pada saat ini. Sebuah hotel harus dapat merancang strategi promosi yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuannya adalah untuk

menarik konsumen agar tertarik membeli jasa hotel dengan pelayanan yang ditawarkan. Oleh karena itu untuk menarik perhatian tamu hotel maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang didesain untuk mempengaruhi pertukaran dalam mencapai tujuan perusahaan. Biasanya strategi diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi tamu yang menginap. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Alasan saya meneliti Hotel The Edelweiss, karena letak Hotel ini sangat strategis yaitu bagian utara Kota Yogyakarta. Sebagai hotel bintang 3, The Edelweiss Hotel menghadirkan kebersihan yang selalu diharapkan para tamu serta desain yang modern dan simple (<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/>). Dari permasalahan di atas, maka perlu diteliti mengenai **“Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Hotel The Edelweiss Yogyakarta”**

1.2. Rumusan Masalah

- a. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Hotel The Edelweiss Yogyakarta?
- b. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Hotel The Edelweiss Yogyakarta?
- c. Apakah kualitas jasa dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Hotel The Edelweiss Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan pembelian jasa Hotel The Edelweiss Yogyakarta
- b. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian jasa Hotel The Edelweiss Yogyakarta
- c. Untuk mengetahui pengaruh simultan kualitas jasa dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa Hotel The Edelweiss Yogyakarta

1.4. Kontribusi Penelitian

- a. Bagi Pihak Perusahaan (Hotel The Edelweiss)
 - 1) Memberikan masukan dan menjadikannya sebagai bahan evaluasi Strategi promosi yang efektif
 - 2) Membantu perusahaan atau manajemen dalam meningkatkan penjualan jasa
- b. Bagi Akademisi
 - 1) Memberikan gambaran dan informasi tentang kualitas pelayanan jasa, promosi dan keputusan pembelian jasa
 - 2) Memberikan aspek – aspek yang perlu diperhitungkan dalam kualitas jasa dan promosi

1.5. Batasan Penelitian

- a. Variabel yang diteliti adalah pengaruh Dimensi Kualitas Jasa dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa di The Edelweiss Hotel Yogyakarta.
- b. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah orang yang pernah menginap di The Edelweiss Hotel Yogyakarta
- c. Jumlah responden yang diteliti 100 orang yang sudah pernah menginap di The Edelweiss Hotel Yogyakarta
- d. Kualitas Jasa dan Promosi yang diteliti adalah di The Edelweiss Hotel Yogyakarta
- e. Waktu penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Februari 2020 sampai dengan bulan Mei 2020

© UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dimensi kualitas jasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Hotel Edelweiss Yogyakarta. Jika kualitas jasa Hotel yang dilakukan sudah baik, maka keputusan pembelian jasa Hotel akan meningkat, sebaliknya jika kualitas jasa yang dilakukan kurang baik, maka keputusan pembelian jasa Hotel akan menurun.
2. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Hotel Edelweiss Yogyakarta. Jika kualitas promosi yang dilakukan sudah baik, maka keputusan pembelian jasa Hotel akan meningkat, sebaliknya jika promosi yang dilakukan kurang baik, maka keputusan pembelian jasa Hotel akan menurun.
3. Variabel Dimensi kualitas jasa, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pada Hotel Edelweiss Yogyakarta, namun demikian variabel kualitas jasa mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian jasa hotel

5.2. Dalam Keterbatasan Penelitian

Peneliti juga masih memiliki keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, di harapkan dapat di lakukan perbaikan untuk peneliti yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian adalah hanya memfokuskan pad keputusan pembelian jasa terdiri dari kualitas jasa dan promosi

5.3. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti rekomendasikan kepada pihak pengelola Hotel Edelweis Yogyakarta, antara lain :

1. Bagi perusahaan

- a. Pihak pengelola Hotel Edelweiss harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa hotel agar menjadi lebih baik lagi
- b. Pihak pengelola Hotel Edelweiss perlu meningkatkan segala macam bentuk promosi untuk menciptakan reputasi yang baik terhadap Hotel Edelweis

2. Bagi Akademisi

Untuk menambahkan variabel lain selain Kualitas jasa dan promosi untuk mengetahui faktor apa saja yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian jasa hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Dwi dan Rahayu Sri. 2012. “*Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang)*”. Jurnal Manajemen. Volume 1, Nomor 1 Halaman 282-289
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Banerjee,Sougata, Dibyendu Bikash Datta, dan Varsha Daga. 2018. *An Empirical Study on the Effect of Retail Service Quality Attributes on the Consumer Buying Decision - With Reference to Moustache*
- Gay, L.R. and Diehl, P.L. 1992. *Research Methods for Business and Management*. Newyork : Mc. Millan Publishing Company
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain,. Jakarta: Erlangga.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isma Graha. 2007. *Pengertian Media Sosial*, (Online),(<http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html>), diakses pada 19 Oktober 2017
- Hermawan, Agus. 2017. *Komunikasi Pemasaran*. Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, Jakarta : PT Prenhallindo
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi. Kedua Belas*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education,Inc.
- Nawaz, Ahmad, MS .2014. *Impact of Word of Mouth on Consumer Buying Decision*

- Paputungan, Putri Rizkia, dkk. 2018. *Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Di Oriflame Manado*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado
- Prasath, Perumal dan Archchana Yoganathen. 2018. *Influence Of Social Media Marketing On Consumer Buying Decision Making Process*
- Schiffman dan Kanuk. 2017. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi Keempat*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. Austin: Greenleaf Book Group Press
- Sriwedari, Enggal. 2011. *Word Of Mouth Sebagai Efek Respon Positif Dari Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Pembelian Kembali: Studi Kasus Mahasiswa Sebagai Konsumen Yoghurt Activia*. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy, dkk. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2017. *Pemasaran : Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Rahman, Abdul Rasyid, dkk. 2018. *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado