

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., & Hardika, I. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
- Al Hakim, Y. R., Irfan, M., Mardikaningsih, R., & Sinambela, E. A. (2019). Peranan Hubungan Kerja, Pengembangan Karir, dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Management & Accounting Research Journal*, 3(2).
- Ali, M., Puah, C. H., Ayob, N., & Raza, S. A. (2020). Factors influencing tourist's satisfaction, loyalty and word of mouth in selection of local foods in Pakistan. *British Food Journal*, 122(6), 2021-2043.
- Altair, N., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Kewajaran Harga, Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap kepuasan Pelanggan (studi pada konsumen coffee shop atas kota semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Anggraini, W. F., Susanto, T., & Ahmad, I. (2022). Sistem Informasi Pemasaran Hasil Kelompok Wanita Tani Desa Sungai Langka Menggunakan Metode Design Sprint. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 34-40.
- Antika, B. W., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh kemudahan dan emotional factor terhadap word of mouth dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada konsumen olx di surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1-14.
- BPS. (2024). *Perkembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, Agustus 2024*. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2024 dari <https://jogjakota.bps.go.id/id/pressrelease/2024/10/01/902/perkembangan-pariwisata-daerah-istimewa-yogyakarta--agustus-2024.html>
- CEIC. (2024). *Kunjungan Wisatawan Indonesia*. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2024 dari <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/visitor-arrivals>
- Chinelato, F. B., Oliveira, A. S. D., & Souki, G. Q. (2023). Do satisfied customers recommend restaurants? The moderating effect of engagement on social networks on the relationship between satisfaction and eWOM. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(11), 2765-2784.
- Choirunnisa, N. U., Saputra, E. P., & Soepatini, S. (2023). ANALYSIS OF FACTOR INFLUENCING REPURCHASE INTENTION AND WORD OF MOUTH COMMUNICATION MEDIATED BY SATISFACTION. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(3).
- Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, O. (2019). Influence of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop). *Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop)*(January 1, 2019).
- Ferrinadewi, E., & Murtadho, M. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN PENGALAMAN

- BELANJA SEBAGAI MEDIATOR PADA PLATFORM SHOPEE. *E-Jurnal Kewirausahaan*, 5(1), 34-39.
- Gautama, D. C., Jasmine, D. N., Sukamto, N., & Bernarto, I. (2020). FACTORS INFLUENCING WORD OF MOUTH INTENTION IN THE HEALTHY RESTAURANT INDUSTRY IN JAKARTA, INDONESIA. *American Book Review*, 8, 126-140. <https://doi.org/10.14738/abr.811.9320>.
- Hair, J. F. JR., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*. Sage Publications Ltd. London.
- Hair, J. F. JR., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. Sage Publications Ltd. London.
- Hanaysha, J. (2016). Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31-40.
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., Pinem, A. A., Azzahro, F., & Munajat, Q. (2023). *Konsep CB-SEM dan SEM-PLS Disertai Dengan Contoh Kasus*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Harahap, B. I., Nazer, M., & Andrianus, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Belanja Online Di Kota Solok. *J. TAM (Technology Accept. Model., vol. 11, no. 1, pp. 1-9*.
- Hildawati, H., Suhirman, L., Prisuna, B. F., Husnita, L., Mardikawati, B., Isnaini, S., & Saktisyahputra, S. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa Data Statistik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Ilmi, M., & Zulkarnain, C. A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Pt Garuda Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(1), 66-73.
- Indana, F. T., & Beni, S. (2021). Strategi pemasaran sayuran hidroponik shanti bhuna. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 3(2), 86-92.
- Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2019). Menciptakan Kepuasan Konsumen Dengan Pengalaman Membeli Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 3(2), 86-91.
- Jan, R. H., Niu, F. A. L., & Mokoginta, P. O. (2023). Strategi Pemasaran: Implementasi Promosi Word of Mouth Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Bank. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 310-315.
- Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., Chua, B. L., Ngah, A. H., Ryu, H. B., Ariza-Montes, A., & Han, H. (2023). Influence of Thai street food quality, price, and involvement on traveler behavioral intention: exploring cultural difference (eastern versus western). *Psychology Research and Behavior Management*, 223-240.
- JogjaProv. (2022). *Jogja Ethnic Story*. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2024 dari <https://visitingjogja.jogjaprov.go.id/35975/jogja-ethnic-story/>
- Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth

- intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 103-110.
- Laasch, O. (2021). Principles of management: Practicing ethics, responsibility, sustainability.
- Lee, S., Park, H., & Ahn, Y. (2020). The influence of tourists' experience of quality of street foods on destination's image, life satisfaction, and word of mouth: The moderating impact of food neophobia. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 163.
- Lim, W. M. (2023). Transformative marketing in the new normal: A novel practice-scholarly integrative review of business-to-business marketing mix challenges, opportunities, and solutions. *Journal of Business Research*, 160, 113638.
- López, C. R., Cázares, M. M. T., & Pérez, J. F. L. (2022). Factors that impact the word-of-mouth intention (WOM) in the full-service restaurant industry: A stimuli-organism-response approach. *Contaduría y administración*, 67(4), 28-47.
- Madadzadeh, F., & Bahariniya, S. (2023). Tutorial on how to calculating content validity of scales in medical research. *Perioperative Care and Operating Room Management*, 31, 100315.
- Mamondol, M. R. (2021). Dasar-Dasar Statistika. Scopindo Media Pustaka.
- Marpaung, G. G. S. T., & Simanjuntak, M. (2024). Analisis Pengaruh Storescape dan Responsibility Adaptive dalam Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: UMKM Retail Kawasan Danau Toba). *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 01-34.
- Masuwai, A., Zulkifli, H., & Hamzah, M. I. (2024). Evaluation of content validity and face validity of secondary school Islamic education teacher self-assessment instrument. *Cogent Education*, 11(1), 2308410.
- Maziriri, E. T., Rukuni, T. F., & Chuchu, T. (2021). Factors influencing food consumption satisfaction and purchase decisions of restaurant consumers. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1968731.
- Mcharry. (2023). *Pembangunan Kampung Tradisional dan Balai Budaya Tuksono*. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2024 dari <https://kominfo.kulonprogokab.go.id/detil/2062/pembangunan-kampung-tradisional-dan-balai-budaya-tuksono>
- Meilatinova, N. (2021). Social commerce: Factors affecting customer repurchase and word-of-mouth intentions. *International Journal of Information Management*, 57, 102300.
- Napontun, K., Senachai, P., Julagasigorn, P., & Chuenpreecha, D. (2024). Influences of the Promotion Mix on Brand Love, Brand Loyalty, and Word-Of-Mouth: Evidence from Online Fashion Retail in Thailand. *ABAC Journal*, 44(4).
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 44-57.

- Nugroho, A. D., Damayanti, M., Ganinda, F. P., & Hidayatulloh, A. (2019). Peran Word of Mouth Dalam Aktivitas Social Commerce. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2).
- Pebrila, L., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(2019), 341-354.
- Poedjadi, M. R., Tawaqal, R. S., Putra, D. S., & Rohman, S. L. S. N. (2024). Analisis Word Of Mouth (Wom) Sebagai Strategi Branding. *Journal of Digital Communication Science*, 2(1), 57-70.
- Prayoga, Y., & Pohan, M. Y. A. (2022). Electronic Word of Mouth (eWOM): Menguji Pengaruh Pengalaman Positif, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan. Studi Kasus: Restoran di Labuhanbatu. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 283-289.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297-3312.
- Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Puspita, I. L., Ariningrum, H., Sariningsih, E., Alansori, A., & Dewi, T. S. W. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dan Pemasaran Bagi UMKM Kemiri Kelurahan Sumber Agung Bandar Lampung. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 59-65.
- Putera. (2022). Komunikasi Gethok Tular sebagai upaya revitalisasi komunikasi dalam penanganan pandemi covid-19: sebuah tinjauan pustaka. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 3 (2), 144-154.
- Rachmawati, D. W., Khulaifiyah., Musni., Serdianus., Bahri., Indarwati., & Ningsi, K. L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. Cendekia Publisher.
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2192-2107.
- Richardson, S., Lefrid, M., Jahani, S., Munyon, M.D. and Rasoolimanesh, S.M. (2019), "Effect of dining experience on future intention in quick service restaurants", *British Food Journal*, Vol. 121 No. 11, pp. 2620-2636. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2018-0617>
- Rohmawati, T., Selvia, E., Monica, E., Welizaro, R., & Saputra, H. (2021). Teknologi pemasaran digital untuk branding. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(3), 638-643.
- Rosli, R., Mokhsein, S. E., & Suppian, Z. (2023). Content Validity of Teachers' Efficacy Instruments Toward Implementing of Classroom Assessment in Primary Schools Using Content Validity Ratio (CVR). *Journal of Contemporary Social Science and Education Studies (JOCSSSES) E-ISSN-2785-8774*, 3(2), 22-31.

- Sa'adah, L. (2021). *Metode penelitian ekonomi dan bisnis*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.
- Salapudin., Suparmoko, M., & Nuryanto, U. W. (2023). Peran Pengawasan Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Perkreditan Rakyat Se-Kabupaten Serang. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Hukum, Kewirausahaan, Kesehatan, Pendidikan dan Informatika (MANEKIN)*, 2(1: September), 81-91.
- Sohaib, M., Safeer, A. A., & Majeed, A. (2022). Role of social media marketing activities in China's e-commerce industry: A stimulus organism response theory context. *Frontiers in Psychology*, 13, 941058.
- Stefen, Y., & Efendi. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik dan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Kampoeng Kita. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 129-143.
- Stribbell, H., & Duangekanong, S. (2022). Satisfaction as a key antecedent for word of mouth and an essential mediator for service quality and brand trust in international education. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1-11.
- Strydom, M., Kempen, E. L., & Tselepis, T. J. (2023). Marketing for survival: The survivalist promotional mix of informal clothing manufacturing micro-enterprises. *Journal of African Business*, 24(1), 19-37.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian* (30th ed.). Bandung: ALFABETA.
- Sumodiningrat, G., & Ari Wulandari, S. S. (2014). *Pitutur luhur budaya Jawa*. Media Pressindo.
- Susanto, B. F., Surya, R. Z., Ikhwan, K., & Nalendra, B. (2024). Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Amplang Udang di Kabupaten Indragiri Hilir. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 10(3), 206-214.
- Tangkudung, A. G. D., Rante, J. Z., Pakpahan, M., Putri, A., Puteri, A., Pribadi, D., ... & Bassuni, W. (2024). Inovasi Bisnis Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 657-667.
- Untari, D. T. (2024). Gastrodiplomasi Sebagai Media Branding Wisata Kuliner Nusantara. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(8).
- Utami, N. S., Valentine, W. A., Yuaniarni, D., Nursyahnas, W. U. N., & Kheedija, N. (2023). Strategi Pemasaran Konvensional Travel Agent Nagra Tour Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digitalisasi. In *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara dan Hukum* (Vol. 1, No. 1, pp. 103-110).
- Wahyuningsih, Nasution, H., Yeni, Y. H., & Roostika, R. (2022). A comparative study of generations X, Y, Z in food purchasing behavior: the relationships among customer value, satisfaction, and Ewom. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2105585.

- Wisnubhadra, I., Sukartiko, A. C., & Neisyafitri, R. J. (2023). Digital Marketing to Support the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) in Tuksono Village, Sentolo, Kulonprogo, Yogyakarta. *AIJR Proceedings*, 146-153.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163.
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121-126.
- Zebua, D. J., & Putri, G. S. (2024). Pemerintah Desa Tuksono Kulon Progo Bangun Balai Budaya Senilai Rp 1,6 Miliar. Diakses pada tanggal 1 November 2024 dari <https://yogyakarta.kompas.com/read/2024/03/19/203700778/pemerintah-desa-tuksono-kulon-progo-bangun-balai-budaya-senilai-rp-1-6?page=all>
- Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in China? Perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods*, 9(4), 460.