



Pengaruh Exposure Google Review Dan Service Excellent Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Di Kamar Kost Quro Surabaya

Hajar Qurrota A`yun ¹, Teguh Priyo Sadono ², Hamim ³,

Universitas 17 Agustus 1945 Jalan Semolowaru No.45 Kota Surabaya Jawa timur

hajarquroquro@gmail.com, teguh@untag-sby.ac.id, hamim@untag-sby.ac.id

Abstract (English)

The development of competition in the digitalization era in the lodging industry in Indonesia is getting tighter, this requires business owners to provide a good service so that customers feel satisfied and do not cause complaints and give good reviews on google reviews. This study tends to discover the influence of google reviews and excellent service on customer satisfaction in Quro boarding houses in Surabaya. The approach employed in this study is a quantitative approach. The population is users and the number of samples is 34 respondents. The sampling technique applies Purposive Sampling with the term of active customers who use the Quro boarding room service and customer status: students, workers, and interns. The analyses used were reliability test, validity test, descriptive analysis, classical assumption test, multiple regression analysis, t-test, F test, and determination coefficient. The results of the research show that (1) google review and excellent service have a simultaneous effect on customer satisfaction with an F value of 29.984 and a significant value of 0.000; (2) Google Review has a significant effect on customer satisfaction with a calculated t-value of 5.240 and a significant value of 0.000; (3) Excellent service has a significant effect on customer satisfaction with a tcal value of 5.240 and a significant value of 0.000. The results of the determinant coefficient analysis showed that the influence of the variables of google review and excellent service on satisfaction was 61.7%.

Article History

Submitted: 29 Desember 2024

Accepted: 4 Januari 2025

Published: 5 Januari 2025

Key Words

Google Review, Excellent Service, Customer Satisfaction

Abstrak (Indonesia)

Perkembangan persaingan di era digitalisasi pada industri penginapam di Indonesia yang kian sengit, hal demikian mendorong pemilik usaha dalam memberi sebuah layanan yang baik supaya pelanggan merasakan kepuasan serta tidak menyebabkan keluhan serta memberikan ulasan baik pada google review. Penelitian ini ditujukan guna memahami pengaruh google review serta pelayanan prima (service excellent) atas kepuasan pelanggan pada kamar kost quro di surabaya. Pendekatan yang dipakai pada penelitian ini yakni pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini sejumlah pengguna yang mana total sampelnya yakni 34 responden. Teknik pengambilan sampel memakai Purposive Sampling melalui syarat yakni pelanggan aktif pengguna jasa kamar kost quro dan status pelanggan: mahasiswa, pekerja, dan magang. Analisis yang dipakai yakni uji reabilitas, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya (1) google review serta pelayanan prima punya pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai F hitung senilai 29,984 serta nilai signifikan senilai 0,000; (2) google review punya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bernilai t hitung senilai 5,240 serta nilai signifikan senilai 0,000; (3) Pelayanan prima punya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bernilai t hitung senilai 5,240 serta nilai signifikan senilai 0,000. Hasil analisis koefisien determinan diperlihatkan bahwasanya pengaruh variabel google review dengan pelayanan prima terhadap kepuasan senilai 61,7%.

Sejarah Artikel

Submitted: 29 Desember 2024

Accepted: 4 Januari 2025

Published: 5 Januari 2025

Kata Kunci

Google Review, Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Kamar kost menjadi salah satu kebutuhan utama bagi para perantau, khususnya mahasiswa dan pekerja yang tinggal jauh dari rumah. Kota Surabaya, sebagai kota metropolitan sekaligus pusat





pendidikan dan bisnis, memiliki tingkat permintaan yang tinggi terhadap kamar kost dengan fasilitas yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan. Dalam konteks ini, pengelola kost dituntut untuk memberikan layanan prima (*service excellent*) demi menciptakan kepuasan pengguna jasa serta mempertahankan loyalitas mereka. Selain itu, penelitian ini juga didasarkan pada teori pemasaran modern yang menekankan pentingnya pengalaman konsumen sebagai bagian dari strategi bisnis. Pine dan Gilmore (1999) dalam *The Experience Economy* menjelaskan bahwa konsumen saat ini tidak hanya mencari produk atau layanan, tetapi juga pengalaman yang bermakna. Ulasan online dan layanan yang diberikan menjadi komponen penting dalam membangun pengalaman ini.

Dalam konteks Kost Quro di Surabaya, eksposur ulasan Google Review dapat dilihat sebagai representasi awal pengalaman yang dibagikan oleh pengguna jasa sebelumnya. Sementara itu, *service excellent* menjadi elemen kunci yang menentukan apakah pengalaman tersebut dapat diterjemahkan menjadi kepuasan atau bahkan loyalitas pelanggan. Dengan begitu, penelitian ini ditujukan guna mengeksplorasi bagaimana kedua faktor tersebut—ulasan online dan kualitas layanan—saling memengaruhi dalam menciptakan kepuasan pengguna jasa.

Penelitian ini diharap mampu memberi kontribusi praktis maupun teoritis. Dari sisi teori, penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang pemasaran jasa dan perilaku konsumen di era digital. Di sisi lain hasil penelitian ini secara praktis bisa dijadikan panduan untuk pengelola Kost Quro atau penyedia jasa serupa untuk merancang strategi layanan dan pemasaran yang lebih efektif, terutama dalam memanfaatkan ulasan online sebagai alat evaluasi dan promosi. Dengan latar belakang ini, penelitian dilakukan untuk menjawab permasalahan mendasar mengenai pengaruh ulasan Google Review dan *service excellent* terhadap kepuasan pengguna jasa, serta memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengelola kost dalam mengupayakan peningkatan daya saing di antara persaingan yang sengit.

Dari latar belakang yang telah dijabarkan, selanjutnya penulis hendak melaksanakan penelitian berjudul “Pengaruh google review dan *service excellent* terhadap kepuasan pengguna jasa kamar kost quro kota surabaya”. Keluhan merupakan kata yang asalnya dari bahasa latin “*plangre*” memiliki arti yakni pukulan atau memukul yang diarahkan ke bagian dada. Ungkapan ini berarti kata keluhan yang menjadi suatu hal yang tidak memberi rasa senang. (Tjiptono, 2014:446) memaparkan keluhan secara sederhana berarti luapan kekecewaan atau ketidakpuasan. Indikator dilansir oleh Tjiptono (2014:471) meliputi:

1. Berempati pada pelanggan yang marah.
2. Kecepatan terkait penindakan terhadap keluhan.
3. Keadilan atau kewajaran untuk menangani keluhan atau persoalan.
4. Memudahkan konsumen dalam melakukan kontak dengan perusahaan

Barata (2016:27) memaparkan, pelayanan prima ialah rasa peduli terhadap pelanggan melalui pemberian pelayanan paling baik dalam menyediakan sarana yang memudahkan proses mencukupi kebutuhan serta memberikan rasa puas, supaya pelanggan senantiasa loyal pada perusahaan atau organisasi. Indikator menurut Barata (2016:31-32) yaitu meliputi

1. Perhatian (*Attention*),
2. Sikap (*Attitude*),
3. Kemampuan (*Ability*),
4. Tindakan (*Action*),
5. Tanggung Jawab (*Accountability*),
6. Penampilan (*Apperance*).

Kepuasan (*satisfaction*) lahir dari bahasa latin “*satis*” (berarti memadai, cukup baik) serta “*facio*” (membuat atau melakukan). Kepuasan mampu didefinisikan secara sederhana menjadi “usaha memenuhi suatu hal” atau “menciptakan suatu hal yang memadai” (Tjiptono, 2014:353). Indikator dilansir oleh Tjiptono (2014:368-369) yakni:

1. Dimensi Kepuasan Konsumen.
2. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan. (*Overall Customer Satisfaction*)
3. Minat Dalam Melakukan Pembelian Ulang. (*Repurchase Intent*)
4. Konfirmasi Harapan. (*Confirmation Of Expectation*)



5. Ketidakpuasan Pelanggan.
6. Kesiediaan dalam memberi rekomendasi Produk maupun Layanan pada Orang Lain. (Willingness To Recommend)

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di kamar kost quro kota surabaya yang terletak di JL. Teluk Aru 5 No. 25 Kota Surabaya. Jenis penelitian ini yakni kuantitatif yaitu dengan cara menghimpun data memakai kuisioner dan kemudian diinterpretasikan dengan skala likert. Jumlah populasi dari penelitian ini adalah seluruh penghuni kamar kost quro sebanyak 34 responden. Penelitian ini memakai sampel melalui rumus Slovin guna mengetahui besar sampel dan di peroleh sampel sebanyak 34 pengguna. Teknik dalam menetapkan sampel yang dipergunakan dalam riset ini yakni Purposive Sampling. Adapun syarat untuk mengambil sampel yakni pelanggan yang pernah bertempat tinggal di kamar kost quro, status pelajar, mahasiswa, magang, karyawan. Tehnik pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian yakni dengan menyebar kuisioner, observasi dan wawancara. Sementara metode analisis yang dipergunakan yakni pengujian instrumen penelitian (uji validitas serta uji reliabilitas), teknik analisis data mencakup analisis deskriptif serta asumsi klasik (uji heterokedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, analisis regresi berganda, uji linearitas, uji parsial (uji t), uji Simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Sugiyono (2018:267) memaparkan uji validitas ialah persamaan dari data yang terkumpul melalui data yang sesungguhnya ada dalam subjek penelitian. Uji validitas dipakai dalam melaksanakan pengukuran kevalidan sebuah kuesioner.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Item	Pernyataan	r hitung	R hitung	Keterangan
Pengaruh Google Review (X1)					
1	X1.1		0.918	0.1996	Valid
2	X1.2		0.953	0.1996	Valid
3	X1.3		0.980	0.1996	Valid
4	X1.4		0.908	0.1996	Valid
5	X1.5		0.928	0.1996	Valid
Service Excellent (X2)					
1	X2.1		0.891	0.1996	Valid
2	X2.2		0.896	0.1996	Valid
3	X2.3		0.896	0.1996	Valid
4	X2.4		0.920	0.1996	Valid
5	X2.5		0.859	0.1996	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)					
1	Y1		0.887	0.1996	Valid
2	Y2		0.947	0.1996	Valid
3	Y3		0.929	0.1996	Valid
4	Y4		0.891	0.1996	Valid
5	Y5		0.868	0.1996	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Hasil validitas mampu dipahami bahwasanya keseluruhan item pernyataan dari variabel penanganan keluhan (X1), pelayanan prima (X2) dan kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai



$r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian bisa dibuat kesimpulan bahwasanya seluruh variabel dikatakan valid.

Uji Reabilitas

Sugiyono (2018:268) memaparkan uji reliabilitas merupakan taraf stabilitas sekaligus konsistensi dari suatu data. Suatu kuisioner dinyatakan reliabel mengacu pada hasil dari nilai Cronbach's Alpha melalui ketetapan bila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ sehingga bisa dibilang bahwa kuisioner ini reliabel. Berikut ialah hasil uji reabilitas penelitian ini :

Table 2. Tabel Uji Reabilitas

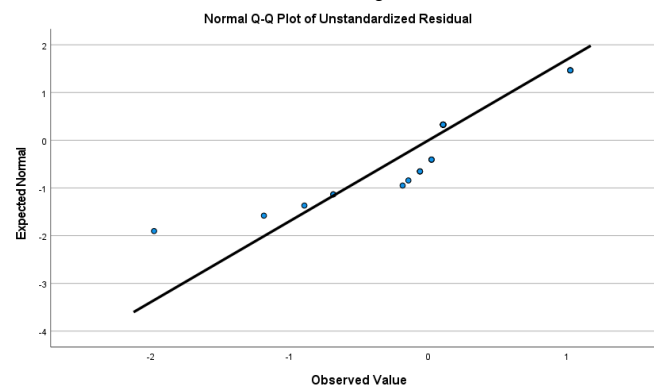
Variable	Cronbach's Alpha	Keterangan
Google review	0.955	Reliabel
Service excellent	0.955	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0.955	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas memakai cronbach alpha dipahami seluruh variabel alat ukur mempunyai cronbach alpha $> 0,6$. Maka semua instrumen pada penelitian ini bersifat reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber : Analisis SPSS data primer, 2022

Berdasarkan gambar tersebut bisa menjelaskan bahwasanya data menyebar mengikuti garis diagonal, melalui ketetapan tersebut, data pada penelitian ini dinyatakan memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Collinearity Statistic		keterangan
Google review	0.226	4,423	tidak terjadi
Pelayanan Prima	0.226	4,423	Multikolinearitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

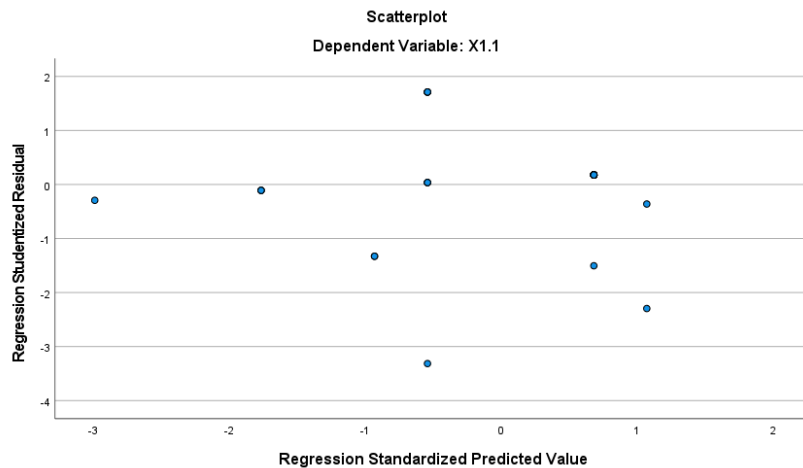
Dari tabel di atas memperlihatkan bahwasanya nilai VIF keseluruhan variabel independen pada penelitian ini bernilai $< 10,00$, sementara nilai tolerance semua variabel



independen $> 0,10$. Maka dapat dibuat kesimpulan bahwasanya tidak ditemukan tanda multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Analisis SPSS data primer, 2024

Dari grafik scatterplots diatas tampak sejumlah titik tersebar dengan acak dan menyebar di bawah serta atas angka 0 di sumbu Y. Dengan demikian bisa dibuat keimpulan bahwasanya tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Auto-Korelasi

Tabel 4. Hasil Uji Auto-korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.786 ^a	.617	.592	.60900	1.601

a. Predictors: (Constant), Google ReviewY1, Service Excellent X2.1

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan X1.1

Bisa disaksikan dalam tabel di atas bahwasanya nilai model R yakni .786 Nilai R square . 617 dan Adjusted square .592 yang dilihat di tabel Durbin Watson adalah 1.601, Bisa dibuat kesimpulan bahwasanya model regresi tidak punya tanda auto-korelasi.

Uji Linearitas

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

Hubungan antar variable	Sig. (deviation from linearity)	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)* Google Review (X1)	2.978	Terdapat Hubungan Linier
Kepuasan Pelanggan (Y)* Pelayanan Prima (X2)	.019	Terdapat Hubungan Linier

Sumber : Data primer diolah, 2024



Dari tabel tersebut, dipahami untuk setiap variabel bebas dengan hasil perhitungan deviation from linearity bernilai signifikansi $> 0,05$, yakni variabel penanganan keluhan mendapatkan nilai signifikan senilai 2.978 dengan variabel pelayanan prima mendapatkan nilai signifikan senilai 0,019. Dengan demikian variabel bebas pada penelitian ini punya korelasi linier dengan variabel terikat, atau asumsi linearitas terpenuhi.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Table 6. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variable Independen	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. error
Constanta	0.312	0.623
Google Review	1.208	0.312
Service Excellent	0.292	0.312

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel tersebut selanjutnya bisa dibuat persamaan regresi linier berganda, meliputi:

$$Y = 312 + 1.208 X_1 + 292 X_2$$

Melalui persamaan di atas bisa diterangkan bahwasanya:

- Variabel penanganan keluhan serta pelayanan prima punya arah koefisien dengan tanda positif atau satu arah akan kepuasan nasabah
- Konstanta senilai 312 menandakan bila penanganan keluhan serta Pelayanan prima memiliki nilai 0 artinya kepuasan nasabah mempunyai nilai yakni 1,028
- Koefisien variabel penanganan keluhan bernilai 1.208, menandakan bahwasanya apabila penanganan keluhan mengalami peningkatan sejumlah 1 yang mana asumsinya yakni variabel lainnya tetap, artinya variabel kepuasan nasabah dapat meningkat senilai 1.208.
- Koefisien variabel pelayanan prima bernilai 0,292 menandakan bahwasanya bila pelayanan prima makin mengalami peningkatan sejumlah 1 yang mana asumsinya variabel lainnya tetap artinya variabel kepuasan nasabah dapat meningkat senilai 0,292.

Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.532	2	9.266	24.984	.000 ^b
	Residual	11.497	31	.371		
	Total	30.029	33			

a. Dependent Variable: Goggle Review

b. Predictors: (Constant), Service Excellent, Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji simultan dalam tabel tersebut bisa dipahami bahwasanya nilai F hitung senilai 24.984 bernilai Sig. sebesar 0,000. Hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya dengan adanya nilai signifikan tersebut yakni $0,000 < 0,05$. Oleh sebab itu, bisa dibuat kesimpulan bahwasanya google review serta pelayanan prima (service excellent) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan



Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	.312	.623		.500	.620	
	X2.1	1.208	.312	.995	3.869	.001	.187 5.358
	Y1	-.292	.312	-.240	-.934	.357	.187 5.358

a. Dependent Variable: Google Review

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari hasil uji t (uji parsial) dalam tabel tersebut bisa disimpulkan bahwasanya :

1. Variabel Penanganan keluhan mendapatkan nilai signifikan senilai $0,000 < 0,05$. Ini mengindikasikan secara parsial variabel google review mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Variabel pelayanan prima mempunyai nilai signifikan senilai $0,000 < 0,05$. Ini menandakan secara parsial variabel pelayanan prima punya pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Analisis Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.786 ^a	.617	.592	.60900	1.601

a. Predictors: (Constant), Service Excellent, Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Goggle Review

Melalui tabel di atas, nilai koefisien determinasi (R square) memperoleh nilai yakni 0,617 (61,7%). Ini menandakan variabel penanganan keluhan bisa diterangkan senilai 61,7% oleh variabel penanganan keluhan serta variabel pelayanan prima, sementara sisanya sebesar 38,3% bisa diterangkan oleh variabel lainnya di luar penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh google review dengan Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan pelanggan kamar kost quro. Penelitian ini dilandasi oleh hasil uji F (Uji Simultan), tampak bahwasanya nilai hasil dari uji F senilai 29,984 bernilai signifikansi senilai 0,000. Oleh karena nilai signifikan $< \alpha$ (0,000 < 0,05) artinya bisa dikatakan bahwa H_1 diterima H_0



ditolak yang menandakan pengaruh google review dan pelayanan prima (service excellent) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square) dari R square mempunyai nilai yakni 0,617 (61,7%). Maka bisa ditarik kesimpulan bahwasanya besarnya pengaruh model penelitian variabel google review serta pelayanan prima (service excellent) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah senilai 61,7%. Hasil penelitian ini selaras akan temuan Niken Herawati, Asrah Tandirerung Ranteallo, Titik Apriyan (2022) dengan judul “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Griya Mandiri Agung, Citayam.” menyatakan bahwa service excellence serta google review mempunyai pengaruh positif sekaligus signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini melalui hasil uji t (Uji Parsial) dipahami bahwasanya nilai hasil uji t yakni 5,240 yang mana bernilai signifikansi senilai 0,000. Dari hasil tersebut nilai signifikan < taraf nyata ($0,000 < 0,05$) artinya bisa dikatakan bahwasanya H_1 diterima H_0 ditolak yang emnandakan google review secara signifikan punya pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Hal tersebut selaras akan penelitian dari Pramita sukma wardani (2023) dengan judul “Penanganan Keluhan dan Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan Nasabah di BTPN Kota Pasuruan” dimana memiliki hasil bahwa googel review punya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini melalui hasil uji t (Uji Parsial) dipahami bahwasanya nilai uji t senilai 5,00 yang mana nilai signifikansinya yakni 0,000. Dari hasil tersebut, nilai signifikan < taraf nyata ($0,000 < 0,05$) artinya bisa dikatakan bahwa H_1 diterima H_0 ditolak yang menandakan pelayanan prima (service excellent) secara signifikan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini selaras akan penelitian dari Sri Rahayu, Lela Nurlaela Wati (2018) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan”. menyatakan bahwa service excellent punya pengaruh positif sekaligus signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, pembahasan pada penelitian yang berjudul pengaruh google review dan service excellent terhadap kepuasan pelanggan yang sudah dilaksanakan bisa disimpulkan bahwasanya:

1. Pengaruh google review serta pelayanan prima (service excellent) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa googel review dan pelayanan prima sangat penting bagi pelanggan kamar kost quro kota surabaya untuk menciptakan suatu kepuasan pelanggan.
2. Google review mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut bisa dinyatakan bahwasanya penanganan keluhan yang ada pada pelanggan kamar kost quro sudah memenuhi harapan pelanggan.
3. Pelayanan prima (service excellent) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bisa dinyatakan bahwasanya nasabah pensiunan merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan.
4. Hasil Koefisien determinasi (R square) diperoleh nilai R squarese besar 0,617 (61,7%). Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel google review serta pelayanan prima senilai 61,7% sementara sisanya 38,3% mendapat pengaruh dari variabel lainnya yang tidak dijabarkan dalam penelitian ini

REFERENSI

ANDI.Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (Edisi 1)





- B2B International. (2019). "The Importance of Customer Feedback". Retrieved from <https://www.b2binternational.com/research/importance-of-customer-feedback/>
- Barata, A. A. (2016). *Dasar - dasar Pelayanan Prima*. PT. Elex Komputindo.
- Budiarti, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya. 15(2), 210–231.
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). "The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews". *Journal of Marketing Research*, 43(3), 345-354. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>
- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). "E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Influence of Electronic Word of Mouth on Consumer Behaviour". *Journal of Marketing Management*, 30(1-2), 198-218. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.873715>
- Google. (n.d.). "Get Your Business on Google Search and Maps". Retrieved from <https://support.google.com/business/answer/7091?hl=en>
- Kadek Sepiawan, I., & Ayu Wimba, G. (2021). Pengaruh Service Excellent dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Kredit PT. Bank Mandiri Cabang Kesiman di Denpasar (Vol. 1, Issue 1).
- Kadek Sepiawan, I., & Ayu Wimba, G. (2021). Pengaruh Service Excellent dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Kredit PT. Bank Mandiri Cabang Kesiman di Denpasar (Vol. 1, Issue 1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kumar, A. (2020). "Understanding Service Quality and Customer Satisfaction". *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org/2020/02/understanding-service-quality-and-customer-satisfaction>
- Pradana, R. (2020). "Pengaruh Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus pada Pelanggan E-Commerce". Tesis, Universitas Airlangga.
- Radhin, & Eka Askafi. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Pengaduan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rejoso Selatan Kanca Nganjuk. JURNAL REVITALISASI Jurnal Ilmu Manajemen, 06(03), 66–72.
- Rahmawati, I., & Nugroho, H. (2017). "Pengaruh Ulasan di Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus pada Restaurant di Yogyakarta". Dalam *Proceedings of the National Conference on Business and Management*. Yogyakarta, Indonesia.
- Sakti, A. P., Sulistiono, S., Astrini, D., & Stephanie, L. (2021). Pengaruh Service Excellence, Servicescape Dan Handling Complaint Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Cimory Riverside. Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan, 2(1), 9–20. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i1.582>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Alfabeta. Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa -Prinsip, Penerapan dan Penelitian (Pertama)*.
- Susanti, D. (2019). "Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada Hotel Bintang di Surabaya". Tesis, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian (Pertama)*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction*. Andi Offset.
- Yang, Y., & Mai, Y. (2018). "The Role of Online Reviews in Customer Decision-Making: A Systematic Review". *International Journal of Information Management*, 43, 37-48. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.007>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.