

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (Vol. 2020).
- Apri Budianto. (2015). *Manajemen pemasaran*. Ombak.
- Apri Khaerani, R., & Endang Prihatini, A. (2015). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Administrasi Bisnis, IX(III)*, 310–317.
- Bressolles, G., & Durrieu, F. (2011). Service quality , customer value and satisfaction relationship revisited for online wine websites. *6th AWBR International Conference, June*.
<https://pdfs.semanticscholar.org/a41f/b85bdec5dd42c10218d948c9a91995deddba.pdf>
- Burns, R. B., & Burns, R. A. (2008). *Business Research Methods and Statistics Using SPSS*. SAGE Publications Ltd.
- Danang Sunyoto. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Cetakan ke). CAPS.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi Ketiga). Andi Ofset.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. ANDI.
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovida, F., Ridwan, H., & Pusporo. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket. com. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1(1)*, 1059–1076.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Pearson Education.
- Haryono, S. (2012). *Metodologi Penelitian Manajemen* (4th ed.). PT Intermedia Personalia Utama.
- Instianti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya, 4*.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing 16e* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17e* (17th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15e)* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler Philip, G. A. (2012). *Priciples Of Marketing* (Pearson Educational International (ed.)).
- Kotler Philip, G. A. (2018). *Principle of Marketing* (Edisi 12). Pearson Education Limited.
- Kusnanto, D., Oktaviany, R. A., & Rahma, R. (2020). Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 40. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>
- Latuheru, M. N., & Irwansyah. (2018). Aplikasi traveloka sebagai bentuk konstruksi sosial teknologi media baru. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(2), 46–57.
- Lohmann, M., & Schmücker, D. J. (2009). Internet research differs from research on internet users: some methodological insights into online travel research. *Tourism Review*, 64(1), 32–47. <https://doi.org/10.1108/16605370910948849>
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. *Kraith-Humaniora*, 2(2), 53–61.
- Mal, L. H., Gede, I., & Mertayasa, A. (2018). Traveloka.Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 13(1), 63–73.
- Monavia Ayu Rizaty. (2022). *Traveloka, Situs Perjalanan yang Paling Banyak Dikunjungi Masyarakat Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/27/traveloka-situs-perjalanan-yang-paling-banyak-dikunjungi-masyarakat-indonesia>
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. In *Riset Bisnis dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 2, pp. 145–162).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
- Pearson, A., Tadisina, S., & Griffin, C. (2012). The Role of E-Service Quality and Information Quality in Creating Perceived Value: Antecedents to Web Site Loyalty. *Information Systems Management*, 29(3), 201–215. <https://doi.org/10.1080/10580530.2012.687311>

- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education Inc.
- Pramudita, A. S., & Agustia, R. E. (2020). E-Service Quality dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Website Traveloka.com. *Competitive*, 15(2), 106–114. <https://doi.org/10.36618/competitive.v15i2.961>
- Richard B. Chase, F. Robert Jacobs, N. J. A. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage with Global Cases*. McGraw Hill Irwin.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta* (22nd ed.). Alfabeta.
- Traveloka. (2022). *about us*.
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Excellent*, 8(1), 70–78. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.888>
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan SPSS* (1st ed.). UPP STIM YKPN.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. UPP STIM YKPN.
- Wiyono, Gendro. (2011). *Merancang penelitian bisnis dengan alat-analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0* (Ed.1, Cet.). UPP STIM YKPN.
- Zahara, R., & Noor Sembiring. (2020). Effect on the Promotion and Price on Decision To Purchase of Railway Airport Transport Tickets. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 224–231. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i2.154>