

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Indra Purnama, P., & Rasmen Adi, N. (2019). Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 185. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2027>
- Alfajri, M. R., & Wardhana, A. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Tiket.Com (Survey Pada Pengguna Tiket.Com Di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 21(2), 6325–6332.
- Apri Khaerani, R., & Endang Prihatini, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(III), 310–317.
- Ayu Marini Sarasdianthi, N. K., Sasrawan Mananda, I. G., & Suardana, I. W. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Pelayan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Airasia Go. *Jurnal IPTA*, 4(2), 7. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p02>
- Candrianto, S. T. M. P. (2021). *KEPUASAN PELANGGAN SUATU PENGANTAR*. Literasi Nusantara. <https://books.google.co.id/books?id=g9YrEAAAQBAJ>
- Dendy Maulana Rosyidin, A. E. P. (2019). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN BRAND TRUST TERHADAP* Pendahuluan. 1–9.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayanto, A. N., Ovirza, M., Anggia, P., Budi, N. F. A., & Phusavat, K. (2017). The roles of electronic word of mouth and information searching in the promotion of a new E-commerce strategy: A case of online group buying in Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 12(3), 69–85. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762017000300006>
- James F. Engel, Roger D. Blackwell, P. W. M. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (6th ed.). Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2010). *Manajemen Pemasaran, Jilid Pertama*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2010). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga

- Kurniati, A., & Ribowo, D. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE DAN SOSIAL MEDIA DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MELALUI TOKOPEDIA (Study kasus *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 08(1), 162–181.
<https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/download/838/777>
- Mowen, John C dan Minor, Michael. (2002). Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Lina Salim. Jakarta : Erlangga.
- Oktaviani.J. (2018). JURNAL PLANS, Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis. *Sereal Untuk*, 51(1), 51.
- 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>
- Prasetyo, T. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang). *Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 1–3.
- Raharja, S. W., Arifin, Z., & Wilopo. (2010). Pengaruh Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2, 128–143.
- Rahman, A. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, PROMOSI DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA GOJEK Studi Kasus Pada PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa di Kota Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 58–68. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2623>
- Ria Oktavia ; Agung Permana Budi ; Febianti. (2018). The Influence of Brand Awareness and E-Service Quality on Consumer Purchasing Decisions in Booking Hotel Rooms on Traveloka. *JBHOST*, 2(2), 2016. [https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029%0Ahttp://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda Pangolin National Conservation Strategy and Action Plan %28LoRes%29.pdf%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.forec](https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029%0Ahttp://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda%28LoRes%29.pdf%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.forec)
- Safitri. (2020). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Interactive English Language Center di Surakarta dan Sukoharjo). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 14(1), 35–47.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Poltak, H., Sangadji, S. S., & others. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=t9ExEAAAQBAJ>
- Sihombing, N. J., Wardhana, A., Telkom, U., Bisnis, A., & Telkom, U. (2022).

Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction (Studi Kasus Aplikasi Agoda). 9(2), 721–726.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.

Sukma, K., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Menâs Biore. *None*, 5(7), 248538.

Tickets, F., Putri, R. A., Alhadi, E., & Herawati, Y. (2021). *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi , Manajemen dan Bisnis Analisis Keputusan Konsumen Kota Palembang dalam Membeli Tiket Pesawat di Situs Traveloka . com Analysis of Palembang City Consumer Decisions in Buying*. 1(3).

Wakhidah, E. N. (2018). Pengaruh Harga , Promotion Dan Customer Trust Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.com. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 11(2), 48–57.

Wardani, D. A., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Elektronik Sanken Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1041–1048.

Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-Service Quality , E-Trust , Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka ' s Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 1061–1099.