

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Adi, S. D. N., & Nuvriasari, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Akomodasi di Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 178–193.
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)*. Universitas Diponegoro.
- Andi. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi: Konsep dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arjuna, N. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Situs Traveloka (Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara)*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Canon, J. P., Prreault, W. D., & McCarthy, J. (2019). *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- ChristSatya, T. R., & Soekotjo, H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Harga dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli penjualan Tiket Online. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(9), 1–16.
- Damasta. S, M. I., & Widayanto. (2016). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Shopping Convenience terhadap Customer Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip Pengakses Situs Lazada.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(4), 2018.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Deavaj. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Emory C. William, D. R. C. (1996). *Metode Penelitian Bisnis* (5 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harlan, D. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (10 ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Khaerani, R. A., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Traveloka. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 310–317.
- Khodijah, S., & Saino. (2014). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Kapal Roro Gili Iyang Rute Bawean-Paciran. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(3), 1–19.
- Kotler, & Keller. (2014). *Pengertian Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Harlow: Pearson.
- Kotler, Phillip. (2000). *Prinsip –Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.

- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (B. Sabran, Ed.) (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing 17th Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Magdalena, F., Tri Lestari, M., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh Promosi Traveloka @Traveloka Melalui Twitter Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Followers Akun Twitter @Traveloka). *Jurnal Sositologi*, 15(3), 371–377. <https://doi.org/10.5614/sostek.2016.15.3.5>
- Mamang, E., & Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Mirzaqon, A., & Purwoko, B. (2018). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing Library. *Jurnal BK UNESA*, (1), 1–8.
- Rahmayani, I. (2020). Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia. Diambil 5 Mei 2022, dari [https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesiaraksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesiaraksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media)
- Sa'adah, I. K. (2019). *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah di PT Pradana Grasindo Tour & Travel Cabang Gresik*. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sakti, M. B. (2013). Pengaruh Persepsi pengguna Teknologi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan terhadap Minat dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 6(1), 1–10.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (1 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Sudharto, P. H. (2016). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research & Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2 ed.). Jakarta: Penerbit Liberty.
- Swastha, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. (2017). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* (3 ed.). Yogyakarta: BPFÉ.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyuwangi Publishing.
- Yulianti, R. A., & Megayani. (2020). *Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Online Melalui Aplikasi Traveloka Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta)*. Skripsi. Jakarta: STIE Indonesia.