

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Said. (2016). Kebijakan Publik. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Ali, H. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. *Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)*.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. *Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan., 1*.
- Appstore, M. dan. (n.d.). *Mediakonsumen*, <https://mediakonsumen.com/>.
- Award, top brand. (n.d.). *Top Brand Index*, <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>.
- Ayu Yulianingsih dan Farah Oktafani. (2020). Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket.com. *Jurnal Universitas Telkom*.
- Azuar Juliandi, Irfan, S. M. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis. *Umsu Press*.
- Bi, Z., Qiao, S., Zhou, J., Tang, X., & Zhang, J. (2014). *Fast start-up of Anammox process with appropriate ferrous iron concentration*. *Bioresource Technology*, 170, 506–512. <https://doi.org/10.1016/j.biortech.2014.07.106>.
- Clow, K. E. & D. B. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (18th Edition)*. *United Kingdom: Pearson Education Limited*.
- Danang, S. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. *Jakarta: PT Buku Seru*.
- Desinta Puspa Regita. (2019). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ritel Jasa Pegipegi). *Jurnal Universitas Mercu Buana*.
- Devedi, Sujatha, P. (2017). *A study on parameters of online reviews content that influence consumers buying behaviour- an Indian perspective*. 12-24.
- Diana Lesmanawati. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan E-Commerce Tiket.com di D.I. Yogyakarta). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bargeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 5–23.
- Instagram, traveloka dan. (2023). *Google play, Aplikasi Traveloka pada App Store dan Instagram Traveloka tahun 2023*.
- Kanuk, S. and L. (2000). *Costumer Behavior, Internasional Edition*, Prentice Hall.
- Khaerani, Rani Apri and Prihatini, A. E. (2020). *PENGARUH PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAYANAN TRAVELOKA* /83/bisnis/2020.
- Kotler, K. (2012). Marketing Management, 14th, Person Education, 2009. *Manajemen Pemasaran, 1*.
- Kotler, p., & armstrong, g. (2013). Principles of marketing 15th global edition. *Pearson*.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*.
- Kotler, P. dan K. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta*.
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013). *Sampling of populations: methods and applications*. John Wiley & Sons.
- Nicholas, L.K. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Traveloka Dalam Pembelian Tiket Pesawat

- di Kota Medan). *Universitas Sumatera Utara*.
- Notoatmodjo, S. (2010). Ilmu perilaku kesehatan. *Jakarta: Rineka Cipta*, 200, 26–35.
- Pratitris, R. (2020). Pengaruh EWord Of Mouth, E-Service Quality, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Hotel Dafam Lotus Jember Melalui Online Travel Agent (OTA). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*.
- Rani Apri Khaerani, A. E. P. (2021). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Rifki, R. R. P., Nawawi, D. A., Syahputra, A., & Pratami, M. (2022). PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE TRAVEL AGENT. *SEMESTA*, 64–71.
- Rosario, A. B. F. S. K. D. V. and T. H. A. B. (2016). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Sales: A Meta-Analytic Review of Platform, Product, and Metric Factors*.
- Schiffman, L. G. dan L. L. Kanuk. (2012). Perilaku Konsumen. *Jakarta: PT. Indeks Gramedia.*, 2.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, *Pearson Prentice Hall*.
- semarangkota.bps.go.id. (2022). Data Generasi Z di Kota Semarang. *Semarangkota.Bps.Go.Id*.
- Setiadi. (2013). Konsep dan praktek penulisan riset keperawatan (Ed.2). *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Setiadi, N. J. (2003a). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : *Kencana*.
- Setiadi, N. J. (2003b). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : *Kencana*.
- Simamora, H. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Gramedia, Jakarta.
- similar web, <https://www.similarweb.com/blog/marketing/seo/top-google-searches-most-searched-keywords/>. (2022).
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. *Bandung : ALFABETA*.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta.*, 24.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Edisi Ketiga. *Bandung: CV Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). *Bandung: CV Alfabeta*.
- Suliyanto. (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Tatik Suryani. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet. *Graha Ilmu, Yogyakarta*.
- Traveloka. (n.d.). *Traveloka.com*. Traveloka.Com.
- Traveloka. (2019). *Traveloka*, <https://m.traveloka.com/id-id/about-us>.
- Traveloka.com. (2023).
- Wangenheim, F. V., & Bayon, T. (2007). *Behavioral consequences of*. *Journal of Marketing*, 71(October), 36–47.