

DAFTAR PUSTAKA

- Albushairi, S. A., Huda, N., & Rifan, A. (2018). *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran* (Edisi 1). Pt Rajagrafindo Persad.
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (Ed.)). Cv. Penerbit Qiara Media.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated Marketing Communications* (10th Ed.). Singapore : Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2015). *Marketing An Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. Pearson Education, Inc.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Suharyono (Ed.)). : Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (Lpu-Unas).
- Effendi, A. Z., & Chandra, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh Dan Haji Plus Pt . Inyong Travel Barokah. *Jurnal Ekonomi*, 9, 1–25.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdha Apsyari, S. T. R. (2018). Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Online Travel Agent Tiket . Com. *Journal Of Management*, 7(2), 1–10. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr)
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program Amos 24* (Edisi 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giampietri, E., Verneau, F., Giudice, T. Del, Carfora, V., & Finco, A. (2018). A Theory Of Planned Behaviour Perspective For Investigating The Role Of Trust In Consumer Purchasing Decision Related To Short Food Supply Chains. *Food Quality And Preference*, 64, 160–166.

- Giantari, G. A. K. (2021). *Niat Beli Via Online*. Cv Media Sains Indonesia.
- Hair, J. ., Black, W. ., Babin, B. ., & Anderson. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). Pearson Education, Upper Saddle River.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride Dalam Aplikasi Go-Jek Melalui Kepercayaan Konsumen Di Kota Jambi. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 170–175. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.85>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widiana Bhakti Persada Bandung.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, And Managing Brand Equity* (Edisi Keli). United Kingdom : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Managemen And Brand Management* (15th Editi). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th Editi). Harlow, Essex 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), 40–47. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>
- M.Sesaria. (2020). Bab Ii Kajian Pustaka Bab Ii Kajian Pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Maramis, I. S. M., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Mercke'lkolongan. *Jurnal Emba*, 10(1), 39–48. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37531/34539>
- Marcellino, D., & Ir. Dergibson Siagian, M. M. (2022). Pengaruh Kualitas

- Layanan Dan Citra Merek Terhadap Aplikasi Traveloka Di Jakarta. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Gian Gie*, 1–16.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). Pt Remaja Rosdakarya.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2013). *Perilaku Konsumen* (Jilid 1, E). Jakarta: Erlangga.
- Muri Yusuf, A. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pe). Cv Media Sains Indonesia.
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Vol 6, No.2*, 145–162.
- Nasution, S. L. (2020). Pengaruh Kualitas Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Asam Jawa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 88–94. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i2.1788>
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putri, A. K., & Prasetio, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 5007–5021. <https://docplayer.info/33185704-pengaruh-citra-merek-terhadap-loyalitas-konsumen.html>
- Ramadhan, M. A. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota*. 4(September), 153–169. <https://media.neliti.com/media/publications/424151-none-c9b83453.pdf>
- Renee B. Kim, Y. C. (2019). Effects Of Brand Experience, Brand Image And

- Brand Trust On Brand Building Process: The Case Of Chinese Millennial Generation Consumers. *Journal Of International Studies*, 3, 9–21.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Iain Jember.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Rosyidin, D. M., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Traveloka.Com (Studi Pada Konsumen Traveloka.Com Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 1–9.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Non Parametrik : Konsep Dan Aplikasi Dengan Spss* (Pp. Viii, 279 Hlm.). Elex Media Komputndo.
- Sartika, D. (2021). The Effect Of Trust And Ease On Online Purchase Decisions. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 253–262.
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images* (Lutfiah (Ed.)). Scopindo Media Pustaka.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen* (Edisi Revi). Kencana Prenada Media Group.
- Sodik, M. A., & Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (Ed.); 1st Ed.). Publisher: Literasi Media Publishing.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4i1.99>
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior : Buying, Having, And Being* (10th Ed.). New Jersey : Pearson Prentice Hall.

- Sovia Pramudita, A., & Agustia, R. E. (2020). *E-Service Quality Dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Website Traveloka.Com*. Volume 15, 105–114. [Http://Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id/Index.Php/Competitive%7c105](http://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive%7c105)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta,Cv.
- Suharto, Ligery, F., Al Shikhy, A. I., & Yuliansyah, Y. (2019). Purchasing Decision Using Mediation Of Trust In Product Quality And Brand Image. *Opcion*, 35(Special Issue 21), 1091–1106.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi / Danang Sunyoto* (A. Gunarsa (Ed.); Cet. 1). Refika Aditama.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet* (Edisi Pert). Graha Ilmu.
- Susanti, V. E. (2021). The Influence Of Trust, Brand Image, Security On The Interest In Buying Tickets In The Traveloka Site. *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 5, 13–21.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality And Satisfaction* (4th Editio). Andi.
- Tran, T. A., Pham, N. T., Van Pham, K., & Nguyen, L. C. T. (2020). The Roles Of Health Consciousness And Service Quality Toward Customer Purchase Decision. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7(8), 345–351. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.345>
- Tran, V. D., & Vu, Q. H. (2019). Inspecting The Relationship Among E-Service Quality, E-Trust, E-Customer Satisfaction And Behavioral Intentions Of Online Shopping Customers. *Global Business And Finance Review*, 24(3), 29–42. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2019.24.3.29>
- Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, D. D. G. (2013). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm* (6th Ed.). Mcgraw Hill.
- Vania Nurshafira Ernando, & Faiz Albanna. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan

- Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Melalui Traveloka. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 346–354. <https://doi.org/10.55606/Jaem.V2i3.370>
- 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.
- Wiratna Sujarweni, V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi / V. Wiratna Sujarweni* (Cetakan Pe). Yogyakarta Pustaka Baru.
- Wowor, C. A. S., Lumanuw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Wuisan, D. S. ., Candra, D., Tanaya, M. A., Natalia, V., & Bernarto, I. (2020). Pengaruh Website Design Quality Dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Computatio : Journal Of Computer Science And Information Systems*, 4(1), 55–67. <https://doi.org/10.24912/Computatio.V4i1.7748>
- Yuli Nurhanisah. (2023). Pengguna Internet Di Indonesia Makin Tinggi. <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>. Di Akses Pada 25 Mei 2023