

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P., dan Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs [www.Traveloka.com](http://www.Traveloka.com). *eProceedings of Management*. Vol.3, No.2.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., dan Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*. Vol.2, No.2.
- Arif, S. (1993). *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: UI Press.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashari, R., dan Widayanto, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pengguna Pada Situs Belanja Online Lazada. Com (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol.7, No.1.
- Barnes, J. G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Edisi I. Yogyakarta: Andi.
- Bilgies, A. F., dan Nasrullah, H. (2019). Pengaruh Faktor Model, Mutu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sarung Tenun Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Parengan Maduran Lamongan. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol.11, No.1.
- Buhalis, D., Daniel, L., dan Rob, L. (2011). *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*. United Kingdom: MPG Books Group.
- Dewi, R. Y., Yulianeu, Y., Haryono, A. T., dan Gagah, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com). *Journal of Management*. Vol.3, No.3.
- Febriani, N. S., dan Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, G. (2018). Pengaruh Harga, Reputasi Vendor, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia.com. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Putra Bangsa Kebumen*.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.

- Hasan. (2011). *Analisa Data dan Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hidayat, I., Arifin, R., dan Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commece Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak.com (Studi Pada Mahasiswa S1 Fak. Ekonomi UNISMA Angkatan 2013). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol.6, No.3.
- Ilmiyah, K., dan Krishernawan, I. (2020). *Motivasi Berbelanja di Marketplace Shopee*. Mojokerto: Darmawiyata Press.
- Ilmiyah, K., dan Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*. Vol.6, No.1.
- Juliandi, A., Irfan, dan Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Medan: UMSU Press.
- Juliandi, A., Irfan, Manurung. S., dan Satriawan, B. (2016). *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan AQLI.
- Kietzman, H. J., dan Canhoto, A. (2013). Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word of Mouth. *Journal of Public Affairs*. Vol.13, No.2.
- Kotler, P. dan Gary, A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Gary, A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2014). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Practice Hall, Inc.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah:(KTI)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kuswanto, dan Vikaliana, R. (2020). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*. Vol.6, No.2.
- Lackermair, G., Kailer, D., dan Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews From a Consumer's Perspective. *Journal of Advances In Economics and Business*. Vol.1, No.1.
- Lindawati, S., Hendri, M., dan Hutahaen, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Maharani, A. D., dan Darmastuti, I. (2010). “*Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*”. Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mal, L. H., & Mertayasa, I. G. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*. Vol.13, No.1.
- Monaghan, K. (2009). *The Travel Agent's Complete Desk Reference 5th Edition*. Connecticut: The Intrepid Traveler.
- Nainggolan, N. T., Munandar, M., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., ... dan Kusuma, A. H. P. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nursani, N., Arifin, R., dan Hufron, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa UNISMA). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol.8, No.9.
- Nurul, M., Soewarno, N., dan Isnalita, I. (2019). Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko dan Status Gold Badge Pada Penjualan Salam Tokopedia. *E-Jurnal Akuntansi*. Vol.28, No.3.
- Polla, F. C., Mananeke, L., dan Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol.6, No.4.
- Prilano, K., Sudarso, A., dan Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*. Vol.1, No.1.
- Rahayu, H., Sismanto, A., dan Arianto, T. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee. *Journal Bima (Business, Management And Accounting)*. Vol.1, No.1.
- Razak, I. (2016). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome di Propinsi DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol.4, No.2.
- Riduwan dan Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., ... dan Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Ryan, D., dan Jones, C. (2012). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited
- Santoso, G. J., Soeparto, A. W. H., dan Soetedja, V. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pengunjung Honda DBL Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol.3, No.5.
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., dan Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Saripa. (2019). “*Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan Dikota Makassar)*”. Skripsi. Tidak diterbitkan. Sekolah Tinggi Ekonomi Nobel Indonesia. Makassar.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motiv, Tujuan Dan Keinginan Konsumen, Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motiv, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, Edisi 1*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com. *Agora*. Vol.5, No.1.
- Sugara, A., dan Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.52, No.1.
- Sugiyono. (2011). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ke-25*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, R. S., dan Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis (JAMIN)*. Vol.1, No.2.

- Sujarweni, W. (2012). *Metode Penelitian Lengkap Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukawati, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet Di Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*. Vol.1, No.2.
- Sunyoto. (2017). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supriyono, K., Hasiolan, L. B., dan Warso, M. M. (2015). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City di Semarang. *Journal of Management*. Vol.1, No.1.
- Supriyono. (2010). Kepercayaan dan Minat Beli di Sub Forum Jual Beli www.kaskus.us. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. Vol.10, No.2.
- Swastha, B., dan Handoko, T. H. (2011). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPF.
- Thomson, P. S., dan Ginting, L. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Media Informasi Manajemen*. Vol.1, No.3.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran : Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi
- Umar, H. (2011). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- <http://www.alvara-strategic.com/wp-content/uploads/2019/07/PRESS-CON-BAHASA-E-COMMERCE-REPORT.pdf>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020.
- <https://www.dailysocial.id/research/online-travel-agencies-ota-survey-2018#>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020.
- <https://www.databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/12/10-agensi-perjalanan-online-pilihan-konsumen>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020.
- <https://www.play.google.com/store/apps/details?id=com.traveloka.android&hl=in>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020.
- <https://www.traveloka.com/>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020.