

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. 2022) *Profil Internet Indonesia 2022*. <https://apjii.or.id/>. Di Akses 12 Oktober 2022
- Damayanti, N., Mitariani, N., & Imbayani, I. 2022. Pengaruh Brand Image, Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Portal Traveloka Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70.
- Fitri, N. A., Mananda, I. S., & Sagita, P. A. W. 2020. Pengaruh Harga, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Mobile Application Garuda Indonesia. *Jurnal IPTA*, 8(1), 131–142. <https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i01.p16>
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Keller, K. L. 2013. *Strategic Brand Management Fourth Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2017. *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. 2016. *Marketing Management (15th Editi)*. Nw Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Mangkunegara, A. P. 2015. *Sumber Daya Manusia Perusahaan (Cetakan 12)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munalifah, Jariah, A., & Irwanto, J. 2021. Pengaruh Iklan, Harga Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online Pada Pengguna KAI Access Di Kota Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 3(4), 146–155.
- Nasution, H., Fauzi, A., & Rini, E. S. 2019. The effect of e-service quality on e-loyalty through esatisfaction on students of Ovo application users at the Faculty of Economics and Business. *Universitas of North Sumatra*.
- Ningtyas, A. , Muslih, B., & Soedjoko, D. K. 2022. Analisis Pengaruh E-Service Quality, E-Trust dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Artee Collection Nganjuk. *Jurnal SIMANIS*, 1 NO.1, 214–222.
- Priansa, D. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, V. E. 2019. Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 474. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2863>
- Saripudin, A., Fitriani, I., & Zulkarnaen, W. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand

Image) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di ITC Kebon Kalapa Bandung. *Jurnal SEMAR: Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi*, 1 (3), 42–51.

- Sopiah, & Sangadji. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thompson, M. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Yulianingsih, A., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Brand Image Dan E-Service Quality Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket.Com. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(2621–5306), 57. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v4i2.360>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 7th edition*. New York: McGraw-Hill.