

## DAFTAR PUSTAKA

- Andari, R. Napu, D.M. 2016. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Domestik di Davina Tour and Travel Gorontalo. Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 6(1).
- Buddy, dkk (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 4(2).
- Budiman, J. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Perannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Chrysnaputra, R. 2020. Pengaruh *Brand Image* dan *Trust Terhadap Purchase Intention* pada Jasa Umroh di Malang, 2(1).
- Dispar.Bone.Go.Id. 2019. Ruang Lingkup Industri Pariwisata. Diakses pada 1 April 2022, dari <https://cutt.ly/6DKkdza>
- Fatimah, S. (2019). *Pengantar Transportasi*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Harjadi, D. & Manalu, V.G. (2022). *Trusting Belief E-Commerce Dalam Mediasi Pengaruh Online Store Image Pada Purchase Intention*. Cirebon: Wiyata Bestari Samasta.
- Indra, Carolus. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image dan Perceived Service Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Program KPR Bersubsidi di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 12(01): 1-9.
- Juwairiyah, S. 2019. Pengaruh *Brand Image, Brand Trust* dan *Perceived Price Terhadap Repurchase Intention* Pada Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air. Artikel Ilmiah Universitas Brawijaya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Kartini, R. (2019). Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Tahura Ir. H. Djuanda. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. 12(1): 43-49.
- Kurniasih, D. (2021). Kepuasan Konsumen : Studi terhadap *Word Of Mouth*, Kualitas Layanan dan Citra Merek. Serang: Bintang Sembilan Visitama.
- Kuswibowo, C. & Murti, A.K. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Promotion, Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online Shop. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*. 05(01): 53-61.

- Latief, R. (2018). *Word Of Mouth Communicatin Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Mahendrayasa, Andhanu Catur, dkk. 2018. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 12(1)
- Maria, Riani Tri. 2017. Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan. Skripsi Universitas Negeri Semarang. Fakultas Ekonomi
- Mayasari, Widya Muna dan Agung Budiartmo. 2016. 'Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang'. *Jurnal Universitas Diponegoro*. Jurusan Administrasi Bisnis.
- Medistiara, Y. 2022. Detik News 6 Eks Pejabat Garuda Indonesia Diperiksa Terkait Korupsi Pengadaan Pesawat. Diakses pada 1 April 2022, dari <https://cutt.ly/1DKdyt1>
- Ningtias, E & Martini. 2019. Pengaruh Dimensi *Brand Equity* Terhadap *Purchase Intention* ( Studi pada *Online Travel Agent* Tiket.com). *e-Proceeding of Management*, 6(2).
- Nurani Viona Puspa. 2018. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Garuda Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 7(7)
- Oktav, R. & Sukresna, I. M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Melalui Reputasi dan Word Of Mouth. *Diponegoro Journal Of Management*. 7(4): 1-9.
- Pengertian Transportasi-Manfaat, Fungsi dan Jenis-Jenisnya. (2015). Diakses pada 1 April 2022, dari <https://cutt.ly/HDKciqF>
- Pratiwi, Y. 2017. Pengaruh *Word Of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. *JOM FISIP*. 4(1)
- Putri, A.N. 2019. Analisa *Corporate Credibility* Terhadap *Purchase Intention* Telkomsel 4G-LTE dengan *Attitude Toward THE* sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1).
- Saputra, M & Widiartanto. 2019. Pengaruh *Structural Assurance* dan *Perceived Reputation* Terhadap *Purchase Intentin* Melalui Trust pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2).

- Sari, F.M. & Zuhra, S.E. (2019). Pengaruh Airline Image dan Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention pada Pengguna Maskapai Penerbangan Lion Air Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. 4(4): 648-671.
- Satunisa, A. 2017. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek My Salon di Kota Gresik. *Artikel Ilmiah STIEP. Prodi Manajemen*.
- Selly & Purba, T. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Purchase Intention* pada *Brand* ManMan Tang di Batam. *Artikel Ilmiah Universitas Putera Batam. Prodi Manajemen*.
- Soeseno Bong, dkk. (2019). *Manajemen Resiko, Krisis dan Bencana untuk Industri Pariwisata yang Berkelanjutan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Susanti, V. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek, Keamanan Terhadap Minat Beli Pada Situs Traveloka. *Journal of Economic, Business and Accounting*. 5(1): e-ISSN, 2597-5234.
- Sutarma, P, Sadia. 2018. Penggunaan Bahasa Indonesia di Industri Pariwisata: Studi Kasus Perencanaan Bahasa pada Industri Pariwisata Bali. *Jurnal Sosial dan Humaniora*. 3(2)
- Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- Wijaya, B, dkk. 2020. Pengaruh Pengalaman Emosional, *Electronic Word Of Mouth*, Reputasi dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen. *Management & Accounting Expose*. 3(2)
- Wiradipradja, E.Saefullah. (2018). *Hukum Transportasi Udara: Dari Warsawa 1929 ke Montreal 1999*. Bandung: PT Kiblat Buku Utama.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS & SmartPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yuniarto, T. 2021. Kompas Pedia Lembaga PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Diakses pada 1 April 2022, dari <https://cutt.ly/ODKoRDh>
- Zahratu, S. (2021). Analisis E-WOM dan *Brand Trust* Terhadap *Purchase Intention* Tiket.com (Survey Terhadap Pengguna Media Sosial). *Artikel Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia*.