

## DAFTAR PUSTAKA

- Agita, R. (2020). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat di Kota Palembang* (Studi kasus pada Situs Traveloka.com). Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Armawati, I., Saryadi & Prabawani. 2014. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia*. Universitas Diponegoro.
- Assauri, S. 2019. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Cahyani, Khoiriyah Indra dan Sutrasmawati, Rr. Endang. 2016. *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. *Management Analysis Journal* 5 (4). Universitas Negeri Semarang.
- Hilmi, N. 2016. *Pengaruh Harga tiket terhadap pendapatan agen travel di kota Banda Aceh ditinjau menurut konsep Ji'alah* (studi pada PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Indonesia. Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 20 Tahun 2019 Tentang Tata Cara Dan Formulasi Perhitungan Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri. Menhub. Jakarta.
- Indonesia. *Undang-Undang No. 01 Tahun 2009 Tentang Penerbangan*. Menkumham. Jakarta.
- Kasim, Azhar. 1995. *Teori Pembuatan Keputusan*. Jakarta: : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Noviartha, M. 2014. *Pengaruh Brand Image Maskapai Penerbangan terhadap Motivasi Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Penerbangan* (Studi

Komparatif pada pelanggan PT. Garuda Indonesia Airlines dan PT. Sriwijaya Air di Kota Bandar Lampung). Universitas Lampung.

Paragawati. 2013. Pengaruh Harga Jual Tiket Pesawat Terhadap Minat Pengguna Jasa Penerbangan Pada Maskapai Batavia Air Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasum Riau.

Priyatno, 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasa*. Gaya Media, Yogyakarta.

Rahman, A. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix*. Jakarta: TransMedia.

Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.

Sari, D. 2020. *Harga dalam jual beli tiket pesawat perspektif pemasaran syariah (studi pada PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, S. 2011. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Sukirno, S. (2013). *Teori Pengantar Mikroekonomi*. PT. RajaGrafindo.

Supriyanto & Taali. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun. *Jurnal Manajemen*. Politeknik Negeri Madiun.

Top Brand Award. 2022. Online. *Top Brand Index Transortasi 2023*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (diakses tanggal 30 Maret 2023)

