

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta: Bandung
- Anggraeni, Penia dan Madiawati, Putu Nina. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs www.Traveloka.com. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Telkom. Vol.3 No.2 2016
- APJII. 2018. Online. Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018. <https://apjii.or.id/survey> (diakses tanggal 22 Februari 2020)
- Apsyari, Firdha dan Raharjo, Susilo Toto. 2018. Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Merek sebagai Variabel Intervening pada Online Travel Agent Tiket.com. Diponegoro *Journal of Management*, Vol. 7, No. 2, 2018: 1-10
- Armawati, Isna, dkk. 2014. Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa pada Maksapai Penerbangan Garuda Indonesia. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
- 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.
- Dewi, Vidya Chandra dan Sulistyawati, Eka. 2018. Peran *Brand Awareness* Memediasi Pengaruh Iklan terhadap Niat Beli (Studi pada Produk Pasta Gigi Merek Sensodyne di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No.4, 2018: 1742-1770
- Erlina. 2011. Metode Penelitian: Untuk Akuntansi, USU PRESS. Medan
- Firmansyah, M. Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya: Qiara Media
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handrianti, Irine. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Alat Musik (Studi pada Konsumen Toko Ecayo Yamaha Musik di Bandar Lampung). Universitas Lampung

- Husnawati. 2017. Pengaruh *Brand Awareness* dan Persepsi Kualitas terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Khan, Abdul Gaffar. 2016. *Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy. Global Journals Inc (USA). Page 18 - 21*
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.*
- Kumalasari, Puti. 2013. Analisis Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Brand Equity dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Product Placement Mie Instan Indomie di dalam Film 5 Cm). Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis, Jakarta: Salemba Empat
- Musay, Fransisca Paramitasari. 2013. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen KFC Kawi Malang). Universitas Brawijaya
- Nanehkar, Yaser Ahangari. 2013. *An Introduction to Electronic Commerce. International Journal of Scientific & Technology Research Vol. 2, Issue 4. Page 190 – 193.*
- Neria, Melka. 2012. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Universitas Indonesia
- Oentoro, Deliyanti. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- Paramitha, Ni Luh Putu Riska Riana, dkk. 2018. Efektivitas Promosi Tiket.com Terhadap Keputusan Wisatawan Domestik dalam Pembelian Tiket Pesawat Menuju Bali. Jurnal IPTA Vol. 6 No. 2. Universitas Udayana. Hal 104 – 114.
- Pratama, Gama, W. 2015. Pengaruh Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Forum Jual Beli (FJB) Kaskus. Universitas Telkom.
- Primashela, Marsha. 2016. Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Konsumen pada Online Store (Survey pada Konsumen di DSVN Bandung). Universitas Komputer Indonesia.
- Rahman, Arif. 2010. Strategi Dahsyat Marketing Mix. Jakarta: Transmedia

- Rahmi, Delsi Tuttia dan Nizam, Ahmad. 2017. Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Konsumen Traveloka.com Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. Universitas Syiah Kuala. Vol. 2, No. 3, Agustus 2017: 70-85.
- Sanusi, Anwar. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Shimp, T. A. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Similarweb.com. 2019. Top Website Travel di Indonesia. <https://www.similarweb.com/> (diakses tanggal 24 Februari 2020)
- Sucianingtyas, W. 2012. Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Media Communication* terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*. 1(1)
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Thamrin, Abdullah dan Francis, Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Tiarasari, Kresensia Arlin. 2017. Pengaruh *Advertising Awareness* terhadap Ekuitas Merek Go-jek di Media Sosial: Kesadaran Merek dan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Topbrand-award.com. 2019. Top Brand Index Fase 2. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=traveloka.com (diakses 25 Februari 2020)
- Trendingbisnis.com. 2020. Mengenal *E-Commerce* dan Jenisnya di Indonesia. <https://trendingbisnis.com/index.php/e-commerce-sharing/25-mengenal-e-commerce-dan-jenisnya-di-indonesia> (diakses 25 Februari 2020)
- Tulipa, Diyah dan Muljani, Ninuk. 2015. *The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya – Indonesia*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Vol 6 no. 5 S5. Page 64 – 70.
- Tumanggor, Ronald dan Hidayat, Rahmat. 2019. Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Indihome di Kota Bandung 2018). *E-Proceeding of Applied Science*: Vol. 5, No. 01. Page 56 – 64.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2016. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: ANDI.

- Utami, Dhenok Rizqi. 2018. Analisis *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality* dan *Brand Loyalty* terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Jasa Grab di Surakarta. Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Wibowo, Edwin Agung. 2016. Pemanfaatan Teknologi *E-Commerce* dalam Proses Bisnis. Universitas Riau Kepulauan.
- Wulandari, Dwi Ajeng dan Oktafani, Farah. 2017. Pengaruh *Brand Image* terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 11, No. 1, Juni 2017, 47-58
- Wulansari, Oktavia. 2016. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Calzone di Calzone Express Cabang Klitren, Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta