

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana.(2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet 2018*. Bandung. Diambil dari: <https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>. (Akses: 03 Oktober 2019)
- Asty Permatasari Dinanti. (2015) *Pengaruh brand image dan service quality terhadap purchase intention konsumen the harvest kota Malang*
- Aulia, Zulvan M. (2017). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Pembelian Produk Busana Muslim di Lazada Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Program Studi Ekonomi Islam.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2018). *Kota Bandung Dalam Angka 2018* (pp. 169). Bandung. Diambil dari: <https://bandungkota.bps.go.id/>. (Akses: 12 November 2019)
- Cermati.com (2018). Bandung. 8 Tips Jitu Untuk Memulai Bisnis Travel Online Yang Sukses. Diambil dari: <https://www.cermati.com/artikel/8-tips-jitu-untuk-memulai-bisnis-travel-online-yang-sukses> (Akses: 07 Desember 2019)
- Databoks.Kata.co.id (2018). Bandung. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id>. (Akses: 04 Oktober 2019)
- Direktoritraining.com (2017). Diambil: <http://direktoritraining.com/training-customer-service-excellence/> (Akses: 07 Desember 2019)
- Firdaus, A. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT. Efa Artha Utama)*. Vol.4, No.1, 5.
- Ghozali,Imam.(2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT.Refika Aditama.
- Jabar.tribunnews (2019). *Mahasiswa Dan Pekerja Pendatang Paling Banyak Ke Bandung*. Bandung. Diambil dari: <https://jabar.tribunnews.com/2017/07/21/mahasiswa-dan-pekerja-pendatang-paling-banyak-ke-bandung-tapi-datanya-minim>. (Akses 14 November 2019)

- Jurnal.id (2019). Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dalam Persaingan Bisnis. Bandung. Diambil dari <https://www.jurnal.id/id/blog/meningkatkan-loyalitas-konsumen-dalam-persaingan-bisnis/> (Akses : 14 November 2019)
- Kompasiana.com (2019). *Saat Perilaku Konsumtif Menjadi Budaya Remaja*. Bandung. Diambil dari: <https://www.kompasiana.com/www.ahdasyamil.com/54f92016a33311f8478b4b84/saat-perilaku-konsumtif-menjadi-budaya-remaja>. (Akses 14 November 2019)
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014). *Principle of Marketing*. 15<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management -15/E*. Essex, England: Pearson Education.
- Liputan6.com. (2019) *Laki-laki Vs Wanita Pengguna e-commerce*. Diambil dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3906424/laki-laki-vs-wanita-siapa-yang-paling-sering-belanja-online> (Akses pada 09 desember 2019)
- Perwira, Bimo T, Yulianto, Edy, dan Kumadji. (2016). *Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya yang Melakukan Transaksi Pembelian Online dengan Mobile Application Tokopedia*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 38. No.2.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Priansa, Donni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Resmawa, Ira N. (2017). *Pengaruh Brand Image dan product Knowledge Terhadap Purchase Intention dengan Green Price Sebagai Moderating Variabel Pada Produk the Body Shop di Surabaya*. Vol. 1, No.2. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*.
- Santoso, Agus. dan Aprianingsih, Atik. (2017). *The Influence Of Perceived Service and Service Quality To Repurchase Intention The Mediating Role Of Customer*

- Satisfaction Case Studi: Go Ride In Java*. Vol. 6 No.1, Journal Of Business and Management.
- Similar.com. (2019) *Perbandingan e-commerce online travel agency di indonesia*.  
<https://www.similarweb.com/website/tiket.com?competitors=nusatrip.com>  
 (Akses pada 02 september 2019)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan* . Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, wiratna. (2015). *SPSS untuk Penelitian, Yogyakarta*: Pustaka Baru Press.
- Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*, Bandung: Alfabeta.
- Swa.co.id (2018). Bandung. Trends Marketing Tiga Kiat Memenangkan Bisnis OTA.  
 Diambil dari: <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/tiga-kiat-memenangi-bisnis-ota> (Akses: 07 Oktober 2019)
- Talkdgtl.com. (2019) *Pendekatan Digital Tiket.com Untuk Tingkatkan Penjualan*.  
 Diambil dari <https://talkdgtl.com/panduan-digital/pendekatan-digital-tiket-com-untuk-tingkatkan-penjualan/> (Akses pada 12 desember 2019)
- Tiket.com (2018), *Logo Tiket.com*. Diambil dari <https://www.tiket.com>. (Akses: 07 September 2019)
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ting, Ong S, Ariff, Mohd S, Zakuan, N, Sulaiman, Z dan Saman. (2016). *Eservice Quality, E-Satisfaction and E-Loyalty of Online Shoppers in Business to Consumer Market; Evidence from Malaysia*. IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering.
- Websindo.com (2019) Tinjauan Umum Indonesia Digital 2019. Bandung. Diambil dari: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/> (Akses: 07 September 2019)
- Zeithaml, V., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2013). *Service Marketing*. Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc

Zikmund, William G, dan Babin, Barry J. (2013). *Essential of Marketing Research - 5/E*. China, Asia: South-Wester Cengage Learning.