

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, M. A., Wahyudi, R., & Nahar, F. H. (2018). Pengaruh Program Loyalitas terhadap Kesetiaan Konsumen pada Industri Halal di Yogyakarta. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 69.
- Atirah, Ridwan. (2017). *Pengaruh Customer Relationship (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy Pada PT. Telkom Kandatel Bandung Timur*. Universitas Telkom.
- AppStore. (2020) Retrieved from <https://www.apple.com/id/>
- Cnnindonesia. (2019, Juli 10). Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190709195545-185-410676/aplikasi-e-commerce-dan-online-travel-pilihan-milenial>
- DailySocialid. (2018, Februari 22). Retrieved from <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survey-online-travel-agencies-ota-2018>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: Cetakan kedua CAPS.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha
- Hurriyati, Ratih. (2015) *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Internetworldstats. (2019) Retrieved from <https://www.internetworldstats.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Marketing Management*. <https://doi.org/10.4324/9780203357262>
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. Horizon Edition. Pearson.
- Kotler, Phillip & Gary Armstrong. (2012). *Principle Of Marketing (14thed)*. New Jersey: Pearson

- KumparanBisnis. (2019, Maret 14). Retrieved from <https://kumparan.com/kumparantravel/online-travel-agent-jadi-andalan-kebutuhan-berlibur-masyarakat-1552561665026641576>
- Lupiyoadi, R. (2014). *Managemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Natakusumah, Fiera Aryati. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung)*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI.
- Ridwan, Engkos Achmad Kuncoro. (2013). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*, Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6-Buku 2..* Jakarta: Salemba Empat.
- Setyaleksana, B., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Customer Relation Ship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 46(1), 45–51.
- Setyaleksana, B. Y., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(1), 45-51.
- Similarweb. (2019). Retrieved from <https://www.similarweb.com/website/tiket.com/>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suh, J., & Yi, Y. (2016). *Do consumption goals matter? The effects of online loyalty programs in the satisfaction-loyalty relation*. *Psychology and marketing*, 29(8), 549-557.
- Tiket.com. (2020). Retrieved from <https://www.tiket.com/corporate>
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2011). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Top Brand Award*. (2018). Retrieved from https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=tiket.com

Top Brand Award. (2019). Retrieved from https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=tiket.com

Umbara, T., & Ariyanti, M. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy/indihome Serta Strategi Implementasinya Di Telkom E-service. *eProceedings of Management*, 2(3).

Wardana, E. A., Suharno, S., & Wasil, M. (2019). Pengaruh customer relationship management (crm) dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 3(3).