

DAFTAR PUSTAKA

- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Abdul, “Mengadu Aplikasi Tiket.com vs TRAVELOKA Mana Yang Lebih Murah” .
<https://www.alidabdul.com/mengadu-aplikasi-traveloka-vs-tiket-com-ma-na-yang-lebih-mudah-dan-murah/>. (diakses pada 6 mei 2018)
- Anandita, Florentinus dan Sumarno Dwi Saputra. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas pelayanan Dan Persepsi Harga Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*. Vol. 15 No 2 Juni 2015:203-210.
- Andriyani, “sejarah TRAVELOKA”
<http://pujiandriyani2.blogspot.com/2016/10/sejarah-traveloka.html>.
 (diakses pada 8 desember 2018)
- Ardyanto, Susilo, dan Riyadi. 2015. Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.22, No 1 Mei 2015.
- Baskara dan Hardiyati. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor 3, Februari 2015.
- Fatmawati, Nurul dan Euis Soliha. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda” . *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*. Tahun 10. No. 1, April 2017
- Ghozali, imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 25 (edisi ke 9)*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Jamaludin, Arifin, dan Hidayat. 2015. Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 21 No.1 April 2015.
- Karimuddin, “Traveloka Jadi Situs Pemesanan Kamar Hotel Dan Tiket Pesawat Terpopuler Nusaresearch” .
<https://dailysocial.id/post/traveloka-populer-survei-nusaresearch>. (diakses tanggal 6 mei 2018)
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Niken dan Sri Setyo Iriani. 2018. Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs MATAHARIMALL.COM.. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1*.

- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset pemasaran. Pendekatan terapan* Jilid 1. :Indeks. Jakarta
- Peter dan Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 9.* Buka 2: Salemba Empat.
- Rafidah, Inas. 2017. Analisis Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di LAZADA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. Volume 6, Nomor 2, Februari 2017.*
- Saputro, Arianto dan Imroatul Khasanah. 2016. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT. Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016.*
- Sekaran, Uma. (2006). *Research methods for business* (edisi 4). Jakarta: salemba empat,
- Sudjatmika, Fransiska Vania. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk , Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara online Di TOKOPEDIA.COM. *AGGORA Vol. 5, No. 1, (2017)*
- Sugiarto, Rizky. 2013. Analisis Citra Merel, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT. Volume 2, nomor 2, Tahun 2013, Halaman 1.*
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D).* Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suh, Bomil dan Han Ingoo. 2003. *The Impact of Customer Trust and Perception of Security Control on the Acceptance of Electronic Commerce. International Journal of Electronic Commerce / Spring 2003, Vol. 7, No3, pp. 135-161.*
- Suhir, Suyadi, dan Riyadi. 2014. Pengaruh persepsi resiko, kemudahan dan manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.8, No 1 februari 2014..*
- Wicaksosno, Pebrianto Eko. “Sensus Ekonomi 2016 Rampung” .
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/2933456/sensus-ekonomi-2016-rampung-ini-hasilnya>. (diakses tanggal 6 mei 2018)
- Zebua, “survey online Travel Agency” .
<https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survey-online-travel-agencies-ota-2018>. (diakses tanggal 6 mei 2018)