

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. Sufyan. 2017. *Transaksi e-Commerce Indonesia Akan Capai Rp 144 Triliun*. Diakses pada 9 Mei 2018 dari <https://liputan6.com/teknoread/3057134/2018-transaksi-e-commerce-indonesia-akan-capai-rp-144-triliun>. Pada pukul 15.00.
- Atmaja, N. P. C. D. 2016. Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik Garuda Indonesia di Denpasar Jasa. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*. Denpasar.
- E-Marketer. 2017. *Global Digital Travel Platforms 2017: A Country-by-Country Review of the Top Travel Sites*. Diakses pada 9 Mei 2018 dari <https://www.emarketer.com/Report/Global-Digital-Travel-Platforms-2017-Country-by-Country-Review-of-Top-Travel-Sites/2002133>. Pada pukul 14.00.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Farizi, Rashel. 2017. Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas E-Service Pada Minat Beli Belanja Online Melalui Kepuasan di Traveloka. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fang, Yulin, et. al.,. 2014. Trust, Satisfaction, and Online Repurchase Intention: The Moderating Role Of Perceived Effectiveness of E-Commerce Institutional Mechanism. *MIS Quarterly*. halm. 1–6.
- Gefen, D. & Straub Detmar W. 2004. Consumer Trust in B2C e-Commerce and the Importance of Social Presence: Experiments in e-Products and e-Services. *Omega: The International Journal of Management Science*. Elsevier Ltd, halm. 407-424.
- Ghazali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghane, Soheila, et al. 2011. Full relationship among e-satisfaction, e-trust, e-service quality, and e-loyalty: The case of Iran e-banking. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, Vol. 33 No. 1, halm. 1–6.
- Gunawan, Andre. 2018. *[Infografis] Traveloka: Sejarah Lahirnya Sebuah Unicorn*. Diakses pada 28 Agustus 2018 dari <https://id.techinasia.com/infografis-sejarah-traveloka>. Pada pukul 10.00.

- Hair et al. 1998. *Multivariate Data Analysis: Fifth Edition*. Prentice Hall. Upper Saddle River: New Jersey.
- Internet World Stats. 2018. *Asia Marketing Research, Internet Usage, Population Statistics and Facebook Subscribers*. Diakses pada 14 April 2019 dari <http://internetworldstats.com/asia.htm>. Pada pukul 13.00.
- Istyanto, Y. M. 2017. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kepercayaan dan Loyalitas (Studi Pada Situs Online Shopping Lazada.co.id). Universitas PGRI Yogyakarta.
- Kiswara, Anjar Eka Putra. 2017. "Analisis Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Komitmen dan Loyalitas Pelanggan pada Layanan E-Commerce" (Studi pada pelanggan layanan Traveloka). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kotler, P. & Keller, K. 2009. *Marketing management* 13th. New Delhi: Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. 2012. *Marketing management* 14th. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Marketeers Editor. 2017. *Apakah Menyenangkan Berbelanja di Traveloka?*. Diakses pada 9 Mei 2018 dari <http://marketeers.com/apakah-menyenangkan-berbelanja-di-traveloka/>. Pada pukul 15.00.
- Mulyono, B. H., et, al. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Volume 4, No. 12. Universitas Diponegoro Semarang.
- Neyestani, Behnam. 2017. Principles and Contributions of Total Quality Mangement (TQM) Gurus on Business Quality Improvement. *Munich Personal RePEc Archive Paper*. No. 77282.
- Novinda, Galuh. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Niat Pembelian Kembali (Studi pada toko online Blibli.com). *Diponegoro Journal of Management*: Vol.6, No.4.
- Nugroho, A. K., Sari, P. K. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *E-Proceeding of Management*: Vol.3, No.3.
- Parasuraman, A., Zeithmal, Valerie A., Malthora, Alvind 2005. E-S-Qual: A Multiple-Item Scale for Accessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, Volume 7, No. X.

- Prisanti, M. D., Suyadi, I., Arifin Z., 2017.. Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Customer Satisfaction serta Implikasinya terhadap Ecustomer Loyalty. (Studi pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang). *Journal of Business Studies*. Volume 2, No. 1.
- Rahmawati, Alni, Fajarwati, dan Fauziyah. 2014. *Statistika: Teori dan Praktek. Edisi II*. Yogyakarta.
- Reichheld, F.F. & Schefter, P. 2000. E-loyalty: Your secret weapon on the Web. *Harvard Business Review*. Vol. 78 No. 4.
- Ribbink, D. et. al., 2004. Managing Service Quality. *Emerald Article: Comfort Your Online Customer: quality, trust and loyalty on the internet*. Vol.14, No.16.
- Rizan, M., Bakar, K. A. & Saidani, B. 2015 The Relationship Between Customer Satisfaction And Security Toward Trust And Its Impact On Repurchase Intention (Survey On Customer Of Elevenia Online Website). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 6, No. 2.
- Sobihah et al. 2015. E-Commerce Service Quality on Customer Satisfaction, Belief and Loyalty: A Proposal. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Vol. 6, No. 2.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma, 2006. *Research Methods for Business*. New York, John-Willey & Son Inc.
- Utami, Setyaningsih Sri. 2010. Pengaruh Teknologi Informasi dalam Perkembangan Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*. Vol. 8, No. 1.
- Widodo, A. et al. 2016. Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi Rts (Rail Ticketing System) dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Penumpang "KAI" Ekonomi Operasi 4 Semarang). *Media Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 31 No. 2.