

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, N. R. (2019). Pengaruh Technology Acceptance Factor, Website Service Quality terhadap Customer Loyalty yang dimediasi oleh Customer E-Satisfaction (Studi Empiris pada Konsumen Pengguna Tokopedia di Kota Padang). *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, Vol. 01 No. 01 ISSN: Online 2655-6499.
- Afifa Fahrika, N. R. (2019). Pengaruh Online Marketing dan E-Service Quality terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Online Shop Joyism Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 08 No. 04.
- Akbar, A. A. (2016). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Lazada.co.id .
- Alexa. (2019). *Traveloka.com Traffic Statistics*. Retrieved from <https://www.alexacom/siteinfo/traveloka.com>
- APJII. (2017). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei>
- Ariefandi, V. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty (Studi Kasus pada Konsumen Pegipegi Di Indonesia).
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Tinjauan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bressolles Gregory, D. F. (2014). A Consumer Typology Based on E-Service Quality and E-Satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21 Page 889-896.
- Daily Social. (2017). *APJII: Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Capai 143 Juta Orang*. Retrieved from <https://dailysocial.id/post/apjii-survei-internet-indonesia-2017>
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Efria, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty melalui E-Customer Satisfaction (Studi pada Pelanggan Toko Online Lazada).
- Google Play. (2019). *Traveloka-Tiket & Hotel*. Retrieved from <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.traveloka.android&hl=in>
- Hendra, D. (2018, Maret 9). *Dari Jakarta, Traveloka Menembus Pasar Regional*. Retrieved from <https://swa.co.id/swa/profile/dari-jakarta-traveloka-menembus-pasar-regional>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Jeong, M. M. (2017). Customers Perceived Website Service Quality and Its Effects on E-Loyalty. *Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 29 Iss 1 pp. 438-457.
- Jin-Xing Hao, Y. Y. (2015). A Genetic Algorithm Based Learning Approach to Understand Customer Satisfaction with OTA Websites. *Tourism Management*, Page 231-241.
- Kotler Philip, K. L. (2016). *Marketing Manajemen, 15th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, M. (2014, Maret). *Konsumen Indonesia Mulai Menyukai Belanja Online*. Retrieved from <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html>
- Muchtar, F. U. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, Vol. 12, No. 2, 2018 68-72 ISSN 1412-9663.
- Pasha, Y. (2018, Agustus 3). *Kemenpar: Kabupaten Bandung Miliki Potensi Wisata Digital dan Nomadic*. Retrieved from <https://www.inews.id/daerah/jabar/kemenpar-kabupaten-bandung-miliki-potensi-wisata-digital-dan-nomadic/202173>
- Pramudana, I. S. (2017). Peran E-Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Loyalty. *SENASTEK*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Prougestaporn, T. V. (2015). Influencing os E-Service Quality to E-Loyalty of Thai Consumers toward Online Hotel Booking. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 03 No. 09.
- Pusparini, D. D. (2017). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Pelanggan Toko Online Shopee Id di Sleman, Yogyakarta) .
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Toko Online Shopee).
- Riza, S. (2017). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Persepsi Kemudahan terhadap E- Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lazada Indonesia) . *Journal of Management*, Vol. 06 No. 04 Halaman 1-13 ISSN (Online): 2337-3792.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management (Edisi 3)*. Yogyakarta: Andi.
- Traveloka. (2015, Oktober 4). *Online Travel Agent Semakin Jadi Andalan Perjalanan Tanah Air*. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/food-travel/311491-%09online-travel-agent-semakin-jadi-andalan-perjalanan-tanah-air.html>
- Traveloka. (2019). *Produk*. Retrieved from <https://www.traveloka.com/id-id/>
- Valarie A. Zeithaml, M. J. (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th Edition*. Boston: Mc. Graw-Hill.
- Vijayanand Sundaram, D. R. (2017). Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Empirical Study in India Online Business. *KINERJA*, Vol. 21 No. 1 Page 48-69.