

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). Measuring Brand Equity Across Products and Markets. *California Management Review*, 30(3), 102-120.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Principles of Marketing* (16 ed.). Pearson Education.
- Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia. (2017). *Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia 2016*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia.
- Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia. (2018). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2017*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia.
- Bettega, Mario. 2016. *Pengaruh Brand Equity terhadap Brand Preference dan Purchase Intention*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Telkom University. Bandung
- Bougenville, A., & Ruswanti, E. (2017). Brand Equity on Purchase Intention Consumers' Willingness to Pay Premium Price Juice. *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, 8, 12-18.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design : Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed* (3 ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- DailySocial. (2015, Juni). Retrieved desember 4, 2016, from DailySocial.id: <https://dailysocial.id/wire/tiket-com-menerima-top-brand-award-2015-dan-consumers-choice-2015-untuk-kategori-online-travel>
- DailySocial. (2018). *Online Travel Agencies (OTA) Survey 2018*. Jakarta.
- Damiati, d. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Duwi, Priyatno. 2011. *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta:

MediaKom.

- Gani, I., & Amalia, S. (2018). *Alat Analisis Data (Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi & Sosial)*. Yogyakarta: ANDI.
- Grewal, D., & Levy, M. (2012). *Marketing* (3 ed.). New York: The McGraw Hill.
- Gunawardane, N. R. (2015). *Impact of Brand Equity towards Purchasing Desition: A Situation on Mobile Telecommunication Services of Sri Lanka*. *Journal of Marketing Management*, 3, 100-117.
- Indrawati, d. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management* (3 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.
- Marketplus. (2012, Mei 4). Retrieved desember 4, 2016, from <http://marketplus.co.id/2012/05/tiketcom-resmi-diluncurkan/>
- Medium. (2017). *Medium*. Retrieved Mei 11, 2019, from <https://medium.com/tiket-com-product-team/memperkenalkan-logo-baru-tiket-com-2fc5732818c3>
- Mullins, J. W., & Walker, O. C. (2013). *Marketing Management* (8 ed.). New York, New Jersey, Canada: The McGraw Hill.
- Nadzir, M. (2005). *Metode Penelitian* (6 ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Okezone. (2018). *Okezone*. Retrieved Mei 11, 2019, from <https://techno.okezone.com/read/2018/08/30/207/1943705/miliki-5-juta-pengguna-tiket-com-fokus-layanan-pemesanan-tiket-hotel>
- Omorogebe, O. (2017). Brand Equity and Purchase Intention among Mobile Phone Users in Benin City. *Lapai Journal of Management Science*, 7.
- Parker, B. T. (2015). *The Influence of Brand Equity on Consumer Response toward Environmental Product Advertisements*. *Studies in Media and Communication*, 3(1), 117-126.
- Perreault Jr, W. D., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. (2011). *Basic Marketing (A Marketing Strategy Planning Approach)* (18 ed.). United States: The McGraw-Hill Companies.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9 ed., Vol. 1). Jakarta: McGraw-Hill Education (Asia) dan Salemba Empat.

- PresidentPost. (2017). *PresidentPost*. Retrieved Mei 17, 2019, from <https://presidentpost.id/2017/11/24/tiket-com-bertransformasi-dengan-menghadirkan-logo-baru-yang-lebih-fresh-dan-menarik/>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, F. (2002). *THE POWER OF BRANDS (Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2014). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis* (10 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Kuncoro. (2013). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behaviour* (11 ed.). England: Pearson Education Limited.
- Shah, S. M., Adeel, M., & Hanif, F. K. (2016). *The Impact of Brand Equity on Purchase Intentions with Moderating Role of Subjective Norms*. *Universal Journal of Industrial and Business Management*, 4, 18-24.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian KUANTITATIF (Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS)*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Development)*. Bandung: ALFABETA.
- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)* (2 ed.). Yogyakarta, New York: CAPS.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (2 ed.). Yogyakarta: CAPS (Center for Publishing Service).
- Supardi. (2016). *Analisis Statistika dalam Penelitian (Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif)* (6 ed.). Jakarta: Change Publication.

- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Techinasia. (2018). *Techinasia*. Retrieved Mei 11, 2019, from <https://id.techinasia.com/perubahan-aplikasi-mobile-traveloka>
- Techinasia. (2019). Retrieved Mei 8, 2019, from <https://id.techinasia.com/shopee-lazada-bukalapak-rekrut-sdm>
- Techinasia. (2019, Mei 4). *techinasia*. Retrieved from <http://id.techinasia.com/induk-perusahaan-shopee-bursa-saham-as?ref=related&pos=5>
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: ANDI.
- Top Brand Award. (2015-2018). Retrieved Februari 12, 2017, from Top Brand Award: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_2
- Zikmund, G. W., Babin, Carr, & Griffin. (2010). *Business Research Methods*. Australia: South - western.